

Віра П. Братюк (Національна академія
управління, м. Київ, Україна)

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

У статті подано результати досліджень динаміки туристичних потоків та економічного зростання світового й українського туризму за статистичними даними та прогностичними показниками, порівняно приріст витрат туризму на процеси інформаційного забезпечення з надходженням від світового та українського туризму. Узагальнено підходи та запропоновано вдосконалення інформаційних технологій у туризмі й адміністративній системі державної політики розвитку туризму.

Ключові слова: динаміка, туристичні потоки, витрати туризму, інформаційні технології, адміністративна система, політика розвитку, інтегрований продукт, гнучкий туристичний продукт.

Табл. 2. Літ. 23.

Вера П. Братюк (Национальная академия
управления, г. Киев, Украина)

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

В статье представлены результаты исследований динамики туристических потоков и экономического роста мирового и украинского туризма по статистическим данным и прогностичными показателями, проведено сравнение прироста расходов туризма на процессы информационного обеспечения с поступлением от мирового и украинского туризма. Обобщенно подходы и предложены совершенствования информационных технологий в туризме и административной системе государственной политики развития туризма.

Ключевые слова: динамика, туристические потоки, расходы туризма, информационные технологии, административная система, политика развития, интегрированный продукт, гибкий туристический продукт.

Vira P. Bratyuk (National Academy of Management, Kyiv, Ukraine)

INFORMATION SUPPORT FOR STATE POLICY ON TOURISM DEVELOPMENT

The article presents the results of the research on the dynamics of tourist flows and economic growth of the global and Ukrainian tourism using the statistical data and forecast indices; the comparison is carried out concerning the growth of tourism sector expenditures on the processes of information support and its correlation with the profits gained by the global and Ukrainian tourism accordingly. The approaches are generalized and it is suggested to upgrade the information technologies in tourism and also within the administrative system managing the development of the tourism sector.

Keywords: dynamics; tourist flows; expenditures in tourism; information technologies; management system; development policy; an integrated product; a flexible tourist product.

Постановка проблеми. Падіння рейтингу конкурентоспроможності туризму України в останні роки свідчить про розвиток кризових тенденцій у цій галузі національного господарства. Реалізація стратегії та державних програм політики розвитку туризму не дали позитивного результату, а заходи уряду виявилися неефективними.

Туристичні продукти, послуги й об'єкти, всупереч значним туристичним ресурсам і рекреаційному потенціалу України не включені в міжнародну туристичну мережу. Однією з причин цього є відсутність якісного інформаційного забезпечення державної політики розвитку туризму, недостатня інформатизація й автоматизація процесів туристичної діяльності, а також відсутність релевантних систем формування інформації про національний туристичний продукт, стан ринку сервісних і супутніх туристичних послуг. Це вимагає пошуку нових підходів до питань інформаційного забезпечення державної політики туризму та процесів її реалізації.

Аналіз останніх публікацій і досліджень дає змогу стверджувати, що сучасний туризм є інформаційно-насиченою діяльністю, в якій збір, обробка, передача й використання інформації забезпечують щоденне злагоджене функціонування туристичної галузі та є необхідною умовою діяльності будь-якого суб'єкта туристичного ринку. Конкурентоспроможність туризму як галузі економіки залежить від швидкості передачі й обміну, актуальності, якості, своєчасності отримання, адекватності та повноти інформації. Мережеві інформаційні технології – перспективний напрям розвитку інформаційних технологій у туризмі. Вони спроможні забезпечити обмін інформацією між користувачами інформаційно-обчислювальних систем і створити можливість використання розподілених інформаційних ресурсів туризму, зокрема шляхом отримання довідкової та документальної інформації з інформаційних фондів.

Розвиток туризму вимагає використання інформаційних технологій у сфері створення, поширення та просування туристичного продукту на ринок. Актуальні питання й проблеми інформаційного забезпечення державної політики розвитку туризму досліджували такі відомі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Л.Г. Агафонова [1], А.М. Бабашкіна [2], Є.М. Ведута [3], Д.Л. Вилоух [4], В.Г. Гуляєв [8], С.П. Єсаулова [10], Г.І. Михайличенко [11], В.О. Новак [12], В.В. Трофімов [14], О.Д. Чудновський [17] та інші.

Невирішені частини проблеми. В умовах динамічного розвитку світової індустрії туризму та нових інформаційних технологій важливим чинником є визначення шляхів і напрямку розвитку інформаційного забезпечення державної політики розвитку туризму й процесів її реалізації. Крім того, важливим напрямом удосконалення інформатизації процесів реалізації державної політики розвитку туризму є визначення кола пріоритетних завдань з розвитку інформаційних технологій туристичної галузі національного господарства.

Метою дослідження є визначення шляхів і напрямку розвитку інформаційного забезпечення державної політики розвитку туризму та процесів її реалізації, а також кола пріоритетних завдань з розвитку інформаційних технологій туристичної галузі національного господарства.

Основні результати дослідження. Під інформаційною технологією в туризмі слід розуміти здатне до економії витрат праці, енергії, часу, ресурсів, подане у вигляді, придатному для практичного використання, концентроване вираження знань, відомостей і досвіду, яке дозволяє раціонально організувати повторюваний інформаційний процес туристичної діяльності. Відтак, за критерій ефективності інформаційної технології можна обрати чинник заощадження часу, якого досягнуто в результаті її практичного використання. Серед влас-

тивостей інформаційних технологій, які мають стратегічне значення для розвитку туризму, доцільно виділити такі [7; 17]:

1. Нові інформаційні технології, що передбачають активізацію й ефективне використання інформаційних ресурсів туризму, які є важливим стратегічним чинником його розвитку. Активізація, поширення та ефективне використання інформаційних ресурсів дозволяє отримати істотну економію інших видів туристичних ресурсів, наприклад, енергії, трудових ресурсів, суспільного часу.

2. Інформаційні технології, які передбачають оптимізацію й автоматизацію інформаційних процесів у туризмі. Сучасний розвиток туризму відбувається в середовищі становлення інформаційного суспільства, в якому об'єктами та результатами праці стали не матеріальні цінності, а інформація та знання. Наприклад, у розвинених країнах більше 9% зайнятого в туризмі населення у своїй діяльності пов'язано з процесами підготовки, зберігання, обробки й передачі інформації.

3. Інформаційні процеси, які є важливим елементом виробничих і суспільних процесів, пов'язаних з туризмом. Такі інформаційні технології є компонентами відповідних виробничих і соціальних технологій.

Характерними рисами сучасного ринку туризму є висока динаміка показників, мінливість умов діяльності, значна кількість суб'єктів та учасників ринку, глобальний характер географічного поширення [1; 4]. Це вимагає відповідного інформаційного забезпечення систем прогнозування, формування, розвитку й управління туризмом.

Доцільно виділити 3 основні риси сучасного туризму, які впливають на інформаційне забезпечення державної політики розвитку цієї галузі національного господарства [8; 14]:

- різноманітність і можливість формування індивідуальної пропозиції за туристичним продуктом та пакетом послуг у процесі продажу;
- комплексність пропозиції та споживання продукту й послуг з боку виробника та споживача;
- інформаційна насиченість діяльності, в якій інтегратором виробників туристичного продукту та послуг у межах туристичної галузі й суміжних галузей національного господарства є інформація.

При цьому інформаційні потоки у вигляді потоків даних, послуг і платежів забезпечують зв'язок між суб'єктами внутрішнього й міжнародного ринків індустрії туризму, суміжних ринків виробників продукції та послуг. Таким чином, міжнародний і внутрішній туризм є сферою зростаючого застосування інформаційних технологій.

Позитивну динаміку туристичних потоків та економічного зростання світового й українського туризму за статистичними даними та показниками оптимістичного прогнозу наведено в табл. 1.

Витрати на інформаційне забезпечення світового туризму за статистичними даними та прогнозними показниками в досліджених періодах виявили високий рівень використання інформаційних систем в автоматизації процесів туристичної діяльності й тенденції швидкого зростання витрат на оновлення інформаційних технологій у цій галузі світової економіки (табл. 2).

Таблиця 1. Тенденції розвитку світового та українського туризму за статистичними даними і прогнозними показниками протягом 2005–2020 рр.

Роки	Світовий туризм		Україна	
	Туристські прибуття, млн. осіб	Надходження від туризму, млрд. дол. США	Туристські прибуття, млн. осіб	Надходження від туризму, млрд. дол. США
2005 ¹	687	482,5	0,36	1,38
2010 ¹	986,0	946,6	0,32	2,87
2015 ²	1240,0	1450,0	1,45	5,2
2020 ³	1650,0	2100,0	3,6	9,8

¹ опрацьовано за даними [5; 15; 16; 18; 19].

² отримано шляхом екстраполяції експоненціальних трендів показників.

³ прогнозні показники за [6; 20; 21; 23].

Таблиця 2. Тенденції витрат на інформаційне забезпечення, розвиток і оновлення інформаційних технологій у світовому й українському туризмі за статистичними та прогнозними показниками протягом 2005–2020 рр.

Роки	Світовий туризм		Україна	
	Витрати на інформаційне забезпечення туризму, млн. дол. США	Витрати на розвиток та оновлення технологій, млн. дол. США	Витрати на інформаційне забезпечення туризму, млн. дол. США	Витрати на розвиток та оновлення технологій, млн. дол. США
2005 ¹	16880,0	9160,0	9,6	3,4
2010 ¹	60580,0	40700,0	54,2	24,3
2015 ²	115000,0	76000,0	110,0	48,0
2020 ³	252000,0	172200,0	270,0	130,0

¹ опрацьовано за даними [5; 6; 15; 20; 22].

² отримано шляхом екстраполяції експоненціальних трендів показників.

³ прогнозні показники за [13; 16; 21].

Аналіз тенденцій і прогнозу витрат на інформаційне забезпечення туризму, а також розвиток й оновлення інформаційних технологій протягом 2005–2020 рр. у розрізі світового й українського туризму свідчать про схожість напрямів розвитку процесів інформатизації туризму в Україні та зарубіжних країнах. Для поглибленого аналізу цих тенденцій порівняно приріст витрат на процеси інформатизації в туризмі за прийнятий термін досліджень з надходженнями від світового й українського туризму, отриманих у відповідних періодах. Це дало змогу стверджувати, що витрати на інформаційне забезпечення та розвиток й оновлення інформаційних технологій у туризмі за статистичними даними та прогнозом порівняно з надходженнями від світового туризму протягом 2005–2020 рр. постійно зростають. Темпи приросту витрат у періоди 2005–2010 рр. та 2015–2020 рр. вищі, що пов'язано з етапами розвитку інформаційних технологій. Отже, у період 2015–2020 рр. у світовому туризмі вчені прогнозують новий цикл оновлення технологій інформаційного забезпечення цієї галузі світової економіки.

Крім того, доцільно зазначити, що витрати на процеси інформаційного забезпечення та розвиток й оновлення інформаційних технологій у туризмі за статистичними даними та прогнозом порівняно з надходженнями від туризму

в Україні протягом 2005–2020 рр. відображають тенденції у світовому туризмі. Однак темпи приросту витрат на процеси інформаційного забезпечення та розвиток й оновлення інформаційних технологій у туризмі в період 2005–2020 рр. значно нижчі порівняно з темпами світового туризму. У період 2015–2020 рр. це може призвести до відставання в оновленні інформаційних технологій забезпечення українського туризму та вплинути на його конкурентоспроможність.

Доцільно зауважити, що сучасна індустрія туризму використовує різноманітні комп'ютерні технології: від програмних продуктів управління туристичним підприємством до глобальних комп'ютерних мереж. Наприклад, в туристичній індустрії використовують глобальні автоматизовані комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, мультимедійні технології, платіжні системи Smart Cards, інформаційні системи менеджменту тощо [8; 9; 11; 12]. Крім того, елементи туристичної галузі тісно взаємозв'язані один з одним, оскільки виробники туристичного продукту й туристичних послуг вертикально і горизонтально залучені в результат сукупної діяльності. Це дозволяє розглядати туризм як високоінтегровану галузь, сприйнятливую до застосування інформаційних технологій у стратегії, організації й управлінні.

Виходячи з цього, туристичні продукти українських підприємств можуть бути замінені гнучкою системою пакетних послуг, за якої споживач може індивідуально комбінувати різноманітні компоненти подорожі. Модульні туристичні продукти можуть створюватися на основі технології FIT-продукту (гнучкий індивідуальний продукт) [7; 10]. При цьому модульна структура туристичного продукту вимагає змін в організації діяльності й управлінні підприємствами туризму, які повинні трансформувати стратегію виробника туристичного продукту в маркетингову стратегію гнучкого конкурентоспроможного пакета індивідуальних послуг, що задовольняє запити туристів-споживачів.

Таким чином, інформаційна система туризму виявлятиме ефект синергії за рахунок можливості комбінування різноманітних видів індивідуальних послуг. При цьому загальний інтегральний ефект гнучкого туристичного FIT-продукту, до якого входить пакет послуг, перевершуватиме результат суми цих послуг, які надаються окремо. Цінність, яку суб'єкти туризму зможуть додати до туристичних послуг, буде складатися з таких компонентів:

- комбінації індивідуальних послуг в єдиному туристичному пакеті;
- забезпеченні інформації за елементами туристичного пакету;
- інформаційному забезпеченні резервування, оплати та оформлення різноманітних документів;
- формування пропозиції кращих цін шляхом гуртових закупок.

Отже, державна політика розвитку туризму повинна орієнтувати суб'єкти ринку туристичної галузі на новий стратегічний підхід до формування туристичного інтегрованого FIT-продукту та створення системи його інформаційного забезпечення.

Доцільно зазначити, що інформація, яка обертається в адміністративній системі та органах державного управління туризмом, має самостійну цінність та є основою для розробки програм, законодавчих і нормативних документів

цієї галузі національної економіки. Крім того, вона має свої закономірності функціонування й розвитку, спроможна до випереджаючої дії на державну політику туризму [3]. Отже, інформація визначає вибір того чи іншого варіанта політичного розвитку, управлінського рішення, переведення державної системи або галузі в новий політичний чи економічний стан.

У межах політико-адміністративної системи інформацію доцільно розглядати з точки зору актуальності, достатності й адекватності для ухвалення рішень. Мета інформаційного забезпечення органів державного управління полягає в тому, щоб на основі зібраних вхідних даних отримати оброблену, агреговану інформацію, яка є основою ухвалення політико-адміністративних та управлінських рішень. Досягнення цієї мети складається з вирішення низки часткових завдань, зокрема збору та зберігання вхідної первинної інформації, її розподілу між структурними підрозділами державного органу, підготовки до переробки, переробки, надання керівникам органу управління даних в обробленому вигляді для аналізу та прийняття рішень, забезпечення прямих і зворотних зв'язків у процесі циркуляції [2].

Під інформаційним забезпеченням державної політики розвитку й управління сферою туризму слід розуміти систему концепцій, методів і засобів, призначених для забезпечення необхідною й достатньою інформацією суб'єктів, які приймають політико-адміністративні та економічні управлінські рішення. Система інформаційного забезпечення державної політики розвитку й управління сферою туризму повинна включати інформаційні ресурси, організаційно-функціональне, програмне, технічне, технологічне, правове, кадрове й фінансове забезпечення, призначене для збору, обробки, зберігання й видачі інформації суб'єктам прийняття рішень.

Сучасна модель інформаційного забезпечення державного управління у сфері туризму вимагає інформатизації управлінських процесів в органах державної влади на всіх рівнях, а також інформатизації міжвідомчих взаємин на основі комп'ютерних систем, здатних підтримувати функції взаємодії органів державного управління з підприємцями сфери туризму й громадянами як потенційними споживачами туристичного продукту. Таким чином, сучасна модель інформаційного забезпечення державної політики розвитку туризму повинна розроблятися на основі інтегрованої архітектури інформаційної моделі управління, де інформація та державні служби будуть організовані з урахуванням конкретних інтересів підприємців сфери туристичної галузі та громадян-споживачів.

Висновки:

1. Установлено, що витрати на інформаційне забезпечення світового туризму мають високий рівень використання інформаційних систем в автоматизації процесів туристичної діяльності та виявляють тенденції швидкого зростання витрат на оновлення інформаційних технологій.

2. Виявлено, що витрати на інформаційне забезпечення туризму, а також розвиток й оновлення інформаційних технологій протягом 2005–2020 рр. в Україні мають схожі тенденції розвитку з процесами інформатизації у світовому туризмі.

3. Доведено, що у 2015–2020 рр. у світовому туризмі прогнозується новий цикл оновлення технологій інформаційного забезпечення цієї галузі світової економіки.

4. Установлено, що темпи приросту витрат на процеси інформаційного забезпечення, розвиток й оновлення технологій у туризмі України в період 2005–2020 рр. значно нижчі порівняно з темпами витрат світового туризму.

5. Обґрунтовано, що низькі темпи приросту витрат на нові інформаційні технології в туризмі України можуть уплинути на конкурентоспроможність у відношенні до світового туризму.

6. Доведено, що державна політика розвитку туризму має орієнтувати суб'єкти ринку туризму на стратегію формування інтегрованого туристичного ГІТ-продукту із системою його інформаційного забезпечення.

7. Обґрунтовано, що модель інформаційного забезпечення державної політики розвитку туризму повинна розроблятися на основі інтегрованої архітектури інформаційної моделі управління, де інформація та державні служби будуть організовані з урахуванням конкретних інтересів підприємців сфери туристичної галузі та громадян-споживачів туристичного продукту.

1. Агафонова Л.Г. Проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С. 521–526.

2. Бабашкина А.М. Государственное регулирование национальной экономики: Учеб. пособие. – М.: Дашков и К, 2010. – 436 с.

3. Ведута Е.Н. Стратегия и экономическая политика государства. – М.: Академический проект, 2009. – 516 с.

4. Вилоух Д.Л. Становление и развитие туризма и его роль в экономике Украины. – К., 2008. – 363 с.

5. Всемирная туристическая организация UNWTO // www2.unwto.org.

6. Всемирный банк // www.worldbank.org.

7. Гаврилова Я. Воздействие Интернет и электронной торговли на индустрию путешествий и туризма: вызовы и новые возможности // 6 континентов. – 2009. – №6. – С. 3–10.

8. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. – М.: ПРИОР, 2011. – 346 с.

9. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2009. – 348 с.

10. Есаулова С.П. Информационные технологии в туристической индустрии: Учеб. пособие. – М.: Дашков и К, 2011. – 478 с.

11. Михайличенко Г.І. Інформаційна логістика підприємств-посередників в туризмі // Вісник ДІТБ (Донецьк). – 2000. – №4. – С. 140–146.

12. Новак В.О., Симоненко Ю.Г., Бондар В.П. Інформаційні системи в менеджменті: Підручник. – К.: Каравела, 2008. – 616 с.

13. Организация объединенных наций (ООН) // www.un.org.

14. Трофимов В.В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: Учебник / С.-Петербург. гос. ун-т эконом. и финансов (СПбГУЭФ). – 3-е изд., перераб. и допол. – М.: Юрайт, 2011. – 521 с.

15. Туризм в Україні: Статистичний бюлетень за 2011 рік. – К.: Державна туристична адміністрація України, 2012. – 54 с.

16. Туристические компании и рынки. Прогнозы и тенденции // Новости турбизнеса. – 2011. – №5. – С. 12–14.

17. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Информационные технологии управления в туризме: Учеб. пособие. – М.: Кронус, 2006. – 236 с.

18. Documents and resources // World Trade Organization (WTO) // www.wto.org.

19. News media // World Travel & Tourism Council (WTTC) // www.wtcc.org.

20. U.S. Travel Data Center Survey of Business Travelers, December, 2011 // www.loc.gov.

21. UNWTO World Tourism Barometer. Madrid: UNWTO Publications, 2011, 5(2, June): 48.
 22. World Economic Forum (2011). Travel & Tourism Competitiveness Report 2010. Geneva, Switzerland // www.weforum.org.
 23. World Economic Forum // www.weforum.org.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2013.

КНИЖКОВИЙ СВІТ



СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА ТА ЮРИДИЧНА ОСВІТА
 ПРЕСТИЖНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

Україна, 01011, м. Київ, вул. Панаса Мирного, 26
 E-mail: book@nam.kiev.ua
 тел./факс 288-94-98, 280-80-56



Маркетинг: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. М.М. Єрмошенка, д.е.н., проф. С.А. Єрохіна. – К.: Національна академія управління, 2011. – 632 с. Ціна без доставки – 140 грн.

Має гриф підручника від МОН України.

У підручнику в концентрованому вигляді викладено зміст усіх нормативних дисциплін по спеціальності «Маркетинг». По кожній з дисциплін базового курсу пропонуються контрольні питання, тести, глосарій і література.

Для викладачів, майбутніх бакалаврів і магістрів, аспірантів, маркетологів-практиків, наукових працівників, а також для всіх, хто цікавиться сучасними технологіями маркетингу.

Зміст

- | | |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Розділ 1. Базовий маркетинг | Розділ 13. Інформаційний маркетинг |
| Розділ 2. Маркетинговий менеджмент | Розділ 14. Маркетинг у банку |
| Розділ 3. Маркетингові дослідження | Розділ 15. Маркетинг послуг |
| Розділ 4. Товарознавство | Розділ 16. Інформаційні технології в маркетингу |
| Розділ 5. Стандартизація і сертифікація продукції та послуг | Розділ 17. Міжнародний маркетинг |
| Розділ 6. Поведінка споживача | Розділ 18. Кон'юнктура світових товарних ринків |
| Розділ 7. Логістика | Розділ 19. Маркетингова цінова політика |
| Розділ 8. Маркетингова товарна політика | Розділ 20. Маркетингова політика комунікацій |
| Розділ 9. Товарна інноваційна політика | Розділ 21. Рекламний менеджмент |
| Розділ 10. Маркетингова політика розподілу | Розділ 22. Стратегічний маркетинг |
| Розділ 11. Інфраструктура товарного ринку | Розділ 23. Комерційна діяльність посередницьких організацій |
| Розділ 12. Промисловий маркетинг | Розділ 24. Маркетинг персоналу |