

## 22. IT-туристичні підприємства на ринку України

Віта Дударенко, Тетяна Примак

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

**Вступ.** Актуальним на сучасному етапі розвитку туризму в Україні є розвиток Інтернет-технологій, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на сьогоднішньому ринку.

**Матеріали та методи.** В дослідженні були використані загальнонаукові та спеціальні методи. Зокрема, метод аналізу та синтезу, узагальнення, економіко-статистичного аналізу та прогнозування. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, статистичні матеріали, тощо.

Дослідження щодо використання інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризмі в цілому здійснювали: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, О. Виноградова, А. Галиновский, О. Губанова, В. Гуляев, А. Демаш та інші.

**Результати та обговорення.** Використання Інтернету дає змогу не лише оптимізувати витрати на створення нових каналів дистрибуції й маркетингової комунікації, а й одночасно збільшує вірогідність продажів. Розвиток комп'ютеризації, формування баз даних забезпечили туристичним підприємствам три основні можливості, а саме: накопичення, добір та порівняння інформації. Останнє десятиріччя ознаменувалося стійкою тенденцією розвитку інформатизації процесів управління підприємствами туристичної сфери. Туризм сьогодні - це глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому приймають участь крупні авіакомпанії, готелі та туристичні корпорації всього світу. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері. Загальними особливостями IT- туристичних підприємств є автоматизація процесів планування, обліку і управління основних напрямків діяльності. На даний час формування туристичного продукту передбачає використання глобальних розподільних систем GDS (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць в готелях, прокат автомобілів, обмін валюти, замовлення квитків на розважальні і спортивні заходи тощо.

Для управління взаєминами з клієнтами туристичні підприємства використовують сучасні інтегровані CRM-системи (Customer Relationship Management), що дозволяють одержувати максимальну інформацію про клієнта у момент спілкування з ним. Основна ідея CRM-систем: турбота про кожного клієнта індивідуально. Інформаційні технології забезпечують значний ріст продуктивності у сфері послуг, а також у туризмі. Туризм в Україні - одна з найперспективніших індустрій. Зупиняючим фактором для його швидкого та якісного розвитку є досить низка інформаційна грамотність. Саме тому питання розвитку інформаційних технологій є актуальним для туристичних фірм в умовах глобалізації економіки.

**Висновок.** Отже, в сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечить дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг.