

інвестиції, так і в глобальному масштабі завдяки швидкому і оптимальному перерозподілу ресурсів. Організаційно-методологічна гнучкість ТНК обумовлена завданням постійно вдосконалювати свою структуру, пристосовувати її до динамізуючого середовища у власній та приймаючих країнах, координувати та управляти діяльністю підрозділів так, щоб консолідувати їх функціонування при досягненні загальнокорпоративних цілей.

Останнім з бН - характеристик транснаціональної туристичної корпорації можна назвати гіпер-перспективи їх діяльності. Туристичні ТНК володіють безмежним горизонтом для зростання економічної потужності та ринкової частки у зв'язку з тим, що їх діяльність практично повністю відсікає можливість появи нових конкурентів, а отже, подальшої реструктуризації світового туристичного ринку.

Отже, головною причиною настільки стрімкого розвитку ТНК у другій половині ХХ століття безсумнівно, є висока ефективність їх діяльності в порівнянні з компаніями, що діють лише в одній країні. Конкурентні переваги, які є основою цієї ефективності ТНК: переваги володіння і доступу до природних ресурсів, капіталу та результатами науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) по всьому світу; горизонтальна диверсифікація в різні галузі або вертикальна інтеграція з технологічного принципом в рамках однієї галузі, що забезпечують в тому й іншому випадках економічну стабільність і фінансову стійкість ТНК; можливість вибору при розміщенні підприємств компанії в різних країнах з урахуванням розмірів їх національних ринків, темпів економічного зростання, цін, доступності економічних ресурсів, а також політичної стабільності; низька вартість фінансових ресурсів завдяки більш широким можливостям їх залучення; економія на масштабах підприємства; надання можливості використовувати в інтересах ТНК державну зовнішньоекономічну політику в різних країнах; можливість за рахунок прямих інвестицій долати різні бар'єри на впровадження своїх товарів на ринок тієї чи іншої країни за рахунок експорту; безперервна інформованість про кон'юнктуру товарних, валютних і фінансових ринків у різних країнах, що дозволяє оперативно направляти потоки капіталів у ті країни, де складаються сприятливі умови для отримання максимального прибутку; доступ до кваліфікованих кадрів.

Література

1. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 464 с.
2. Бандурин В.В. Туристические транснациональные корпорации: модели, структура, экономическая эффективность/ В.В. Бандурин, Д.С. Ушаков. - М.: Граница, 2007 - 368 с.
3. Особливості діяльності транснаціональних корпорацій [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.franko-terminal.com/content/view/431/66/lang,ua/>
4. Руденко-Сударева Л.В. Переваги і ризики транснаціоналізації економічного розвитку України[Електронний ресурс]/ Л.В. Руденко-Сударева. - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nac_bez/texts/2008-01/rudenko.pdf
5. ТНК и МНК как важнейшие субъекты и механизмы МЭО: причины их возникновения, механизмы и важнейшие принципы деятельности [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.sakharov.ru/meo/meo2/36.htm>

УДК 338.486(043)

Мацука В.М., к.е.н., доцент

ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

В умовах конкурентного середовища інформаційні системи забезпечують успіх діяльності підприємств соціально-культурного сервісу і туризму. Ефективність цих систем і технологій визначає продуктивність діяльності підприємства сфери туризму, для якої інформаційна структура та комунікації стають все більш актуальними.

Сучасна індустрія туризму є глобальним комп'ютеризованим бізнесом, у якому перетинаються інтереси транспортних компаній, готельних мереж та туристичних корпорацій всього світу. Інформаційні технології дозволяють перетворити ці інтереси у злагоджену взаємодію всіх учасників сфери соціально-культурного сервісу і туризму, що робить туризм та сферу послуг більш гнучкими та адресними, більш цікавими та доступними для споживача.

Інформаційні технології значно спрощують процедуру формування туристичного продукту з використанням комп'ютерних мереж, міжнародних систем бронювання, електронних баз даних з нормативно-правових актів у туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків тощо. Інформаційні технології – це набір окремих технічних засобів та прийомів роботи з інформацією. Вони надають клієнту інформацію та можливості, за допомогою яких він може зі свого персонального комп'ютера сформувавши тур, забронювати його, обрати зручний рейс, придбати квитки, оформити прокат автомобіля у місцях відпочинку, замовити квитки на розважальні або спортивні заходи. Ці технології призводять до зросту продуктивності у сфері послуг, забезпечують підприємству конкурентну перевагу. Тому розвиток інформаційних технологій є однією з першочергових завдань перспективної та інноваційної індустрії туризму.

Враховуючи зростаюче значення інформаційно-комунікаційних технологій для сучасної туристичної індустрії, у т.ч. для планування туристичних маршрутів, купівлі проїзних квитків і бронювання проживання, експерти оцінюють їх за такими факторами: використання мережі Інтернет на підприємствах; кількість користувачів Інтернету; кількість стаціонарних телефонів; ширококутний доступ до Інтернету; кількість абонентів мобільного зв'язку.

Дослідження сучасних тенденцій розвитку та впровадження інноваційних технологій необхідно починати з визначення цього поняття. Інноваційні інформаційні технології – методи та способи передачі та обробки інформації, засновані на використанні новітніх технічних засобів, що суттєво поліпшує умови управління туристичним продуктом.

Багато компаній і підприємств туристичної галузі впроваджують нові перспективні технології, програмні продукти і апаратне забезпечення. Вплив інформаційних технологій на туризм здійснюється за такими напрямками: підвищення ефективності управління підприємством, підвищення якості обслуговування клієнтів, створення та реалізація нових послуг.

Концепцію інноваційно-інформаційного розвитку туристичного підприємства можна представити як систему положень щодо раціоналізації управлінської діяльності шляхом впровадження новітніх інформаційних технологій, інформаційної підтримки розробки управлінських рішень.

Комплексне вивчення та визначення напрямків інноваційно-інформаційного розвитку туристичного підприємства передбачає визначення об'єкту, мети, принципів та завдань, які, у свою чергу, визначають методи, інструменти управління та систему показників оцінки стану інноваційно-інформаційного розвитку туристичного підприємства.

Розв'язання поставлених завдань можливо при виконанні певних умов: відповідність інформаційного забезпечення загальним закономірностям розвитку системи управління; компетентність власників інформаційних ресурсів в питаннях підтримки бізнес-процесів підприємства; удосконалення інформаційного забезпечення відповідно до змін економічного механізму господарювання; ефективне використання можливостей нових інформаційних технологій.

Оцінку стану інформаційного забезпечення управління туристичним підприємством запропоновано здійснювати на основі таких показників: наявність систематизованих методів отримання інформації; забезпеченість інформаційними каналами передачі даних; ступінь стандартизованості оформлення та передачі інформації; ступінь забезпечення конфіденційності при передачі інформації; рівень захисту Інтернет-сервісів; ступінь автоматизації бізнес-процесів; ступінь інтеграції систем автоматизації різних бізнес-

процесів.

У багатьох турфірмах використовуються інтернет-технології (e-mail, IP-телефонія, форуми, блоги тощо), сучасні глобальні комп'ютерні мережі Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre, що використовуються для бронювати авіаквитків, місць в готелях, орендування автомобілів.

У сучасних умовах туристичні фірми можуть використовувати Інтернет такими способами: створити веб-сторінку, на якій розмістити інформацію про фірму і її послуги; розмістити на сайтах рекламу; брати участь в групах з обміну новинами; спілкуватися за допомогою електронної пошти, ICQ, IP-телефонії; створити віртуальний тур.

Прикладом туроператорів, що активно впроваджують інформаційні технології, є TURTESS. Компанія відкрила власний сервер в Інтернет (www2.turtess-online.com.ua), який щоденно оновлюється та через який клієнт отримує можливість не тільки передивитися цікаву для нього інформацію, але і одразу відправити замовлення на бронювання туристичного продукту. Замовлення одразу потрапляє відповідальному менеджеру з продажів.

Туристам доступні такі сервіси Інтернет: пошук інформації про компанію, тури тощо; пошук і онлайн бронювання турів, готелів, авіа, з/д і автобусних квитків; оплата послуг з використання електронних платіжних систем; онлайн страхування туристів; участь у тематичних групах в соціальних мережах; створення віртуальних туристичних агентств.

Визначено основні напрями розвитку та впровадження інноваційних інформаційних технологій в області туризму: бездротові технології (мобільні пристрої, бездротовий протокол передачі даних WAP, GPRS-технологія, IP-телефонія, мультисервісні мережі зв'язку); інтернет-сервіси (туристичні портали, сайти туристичних агентств, віртуальний туризм); інтернет-маркетинг (банерна, контекстна, пошукова реклама, просунення в соціальних мережах); системи електронної комерції (онлайн страхування, електронні платіжні системи); системи резервування і бронювання, що представлені внутрішньоофісними комп'ютерними системами та системами глобальної мережі Інтернет; автоматизація діяльності туристичного підприємства (внутрішнього документообігу, взаємостосунків з туроператорами, бухгалтерії у внутрішньоофісних програмах, взаємостосунків з клієнтом); системи онлайн консалтингу щодо освітніх, фінансових та юридичних питань.

Туристичні портали (наприклад, www.otpusk.com) відкривають ряд сервісів, призначених як для менеджерів турагентств, так і для окремих туристів: контекстна реклама, пошук і бронювання екскурсійних турів, наскрізне бронювання у операторів із списку результатів пошуку турів.

Туристичні підприємства з великими обсягами та системним управлінням вже обрали для себе технології автоматизації бізнес-процесів. 90% автоматизованих туроператорів використовують готові спеціалізовані розробки, індивідуально налаштовані під вимоги підприємства.

На ринку програмного забезпечення спостерігається велика конкуренція, з'являються нові розробники, що прагнуть зробити продукти легкими, доступними та гнучкими. Зосереджуючись на задоволенні потреб середніх туристичних операторів та агентських компаній, розробники виводять на ринок продукти різного рівня, які можна нарощувати по мірі росту компанії. Однак, діапазон програмного забезпечення, доступний багатьом компаніям, обмежений недостатньою підготовкою та слабкою ініціативністю менеджерів.

Інформаційні технології дозволяють значно підвищити якість взаємодії туристичної компанії з клієнтом, впливають на функції управління і налагодження взаємостосунків між ними. Сучасні технології дозволяють реалізувати підтримку взаємодії з клієнтом на іншому рівні функціональності, за допомогою інтегрованих CRM-систем. У даний час на вітчизняному ринку програмного забезпечення існує ряд крупних CRM-систем як українських, так і російських розробників: Мегатек, Парус, Само-Софт та Оверія.

Сучасні CRM-системи повинні мати можливість підключення до систем онлайн

бронювання турів, де пошук турів може бути проведений відразу за декількома туроператорами. Результати пошуку можна оперативно порівняти і вибрати актуальні пропозиції відповідно до вимог клієнта. Також однією з вимог до CRM-систем є обмін даними з бухгалтерською програмою 1С: Бухгалтерія 8, системою Клієнт-Банк, а також іншими програмними комплексами та системами бронювання.

Надані технології інформаційного забезпечення у туристичній галузі та запропоновані положення щодо їх використання сприяють ефективному просуванню національного та зарубіжного туристичного продукту.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – К.: КНТЕУ, 2008. – 492 с.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков - М.: ИЦ «Академия», 2007. - 208 с.

УДК 338.48 (043)

Осипенко К.В., асистент

ВПРОВАДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ КЛАСТРЕНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

В сучасних умовах глобалізації неможливо впровадити регіон в міжнародні економічні процеси без можливостей усього регіону, що взаємодоповнюють і посилюють конкурентні переваги. Як наслідок, необхідно створювати туристичні регіональні кластери, які будуть орієнтовані на зовнішню конкурентоспроможність, але з урахуванням економічних інтересів всіх взаємопов'язаних учасників кластера.

Застосування концепції кластерної теорії у регулюванні сферою туризму на регіональному рівні створює переваги для всіх учасників регіонального туристичного кластерного утворення, регіонального бізнесу та органів регіонального управління.

При здійсненні регулювання регіональним розвитком туристичної сфери завдяки розробці кластерних туристичних моделей створюються умови для трансформаційних процесів економіки регіону; підвищення рівня взаємозв'язку місцевих органів самоврядування з бізнес – структурами; зростає соціальна, економічна, політична, інноваційна важливість регіону, як наслідок підвищується рівень конкурентоспроможності туристичних підприємств, послуг та регіону, в цілому; поліпшується інвестиційний клімат регіону та зростає його інвестиційна привабливість; покращується стан зовнішнього довкілля. Крім того, на території формування регіонального туристичного кластера створюються умови для появи нових підприємств, які характеризуються потребою в певній кваліфікації трудових ресурсів, режимах інвестування, обслуговуючих та узгоджених структур.

Важливою умовою, що забезпечує ефективне формування кластерів у регіоні є сприяння влади у розвитку туристичної діяльності регіону. Впровадження кластерного підходу стимулює та зміцнює економічне зростання та соціальну стабільність регіону, що, у свою чергу, підкреслює їх політичну важливість для всіх ланок влади.

Подальшому створенню, регулюванню та розвитку регіональних туристичних кластерів повинна передувати активна кластерна політика у туристичній галузі, яка свою чергу сприятиме розповсюдженню та зміцненню нових кластерних ініціатив. Держава повинна брати безпосередню участь при виборі галузевих пріоритетів, як наслідок цього виникає необхідність у наявності інструментів впливу, які б не обмежували можливість формування ринкових умов рівноваги, тобто вільної конкуренції. Таким чином, одним з ефективних інструментів організації регіональних кластерів прийнято вважати кластерну політику.