

INNOVATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINIAN TOURISM INDUSTRY

ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*Valentina V. Nechiporenko
Nina M. Kureda
Yuliya O. Yukhnovska*

Abstract. The theoretical and methodological framework and practical tools of information technology in the tourism business are highlighted. The role and place of information technologies in management and marketing of tourist enterprises are determined. The main measures for creating an operating system for the use of various types of information technologies in tourism are described.

Key words: Innovation, information technology, competition, development, tourism industry, travel services.

Анотація. Висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі. Визначено роль і місце інформаційних технологій у менеджменті і маркетингу туристичних підприємств. Описані основні заходи щодо створення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій у туризмі.

Ключові слова: Інновації, інформаційні технології, конкуренція, розвиток, туристична галузь, туристичні послуги.

Вступ. Туристичний сектор має важливе значення для економічного розвитку країн, оскільки сприяє зростанню зайнятості населення, збільшенню національного доходу, покращенню платіжного балансу тощо. 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.

Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом XXI століття, тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. За даними статистики Всесвітньої організації туризму, на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% усіх податкових надходжень.

Інформатизація останнього часу сприяла розширенню сегментів ринку туристичних послуг і посиленню впливу туристичного бізнесу на макроекономічні показники національних економік. Проблеми розвитку і наслідків упровадження інформаційних технологій щільно пов'язані з техноглобалізмом і теоріями інноваційного розвитку світової економіки. Зміна технологій та інформатизація суспільства суттєво вплинули на розвиток економіки туризму, що зумовлює необхідність науково-теоретичного обґрунтування сучасних тенденцій глобального ринку туристичних послуг.

Методологія. Дослідження розвитку інноваційних та інформаційних технологій в туристичному бізнесі здійснюють багато науковців і практиків. Згідно досліджень О. Сазонець, інноваційні та інформаційні технології в економічному розвитку туристичної галузі мають характерні ознаки: поява нових форм спілкування; оптимізація управління; оптимізація товарного та фінансового ринків; збільшення наукових відкриттів; збільшення частки послуг у порівнянні зі збільшенням частки товарів; масовий характер попиту та пропозиції; залежність рівня життя населення від ступеня інформатизації економіки країни; поява нових форм конкуренції тощо.⁹¹ На думку А. Ткач, динамічний розвиток інформаційних послуг зумовлює радикальні й навіть революційні зміни в галузі виробництва та дистрибуції продукції.⁹² Джерелами зростання для інформаційної економіки є інновації та людський капітал, особливого значення набуває здатність людини до творчої діяльності.

В. С. Новіков, який досліджує інноваційну діяльність в туризмі, зазначає, що туристичний бізнес спирається на фундамент накопичених знань і приступати до втілення нових ідей і створення нових напрямків туризму слід лише після пізнання та вивчення форм і методів роботи як минулого, так і сьогодення. Глибоке розуміння сутності інноваційної діяльності дозволяє використовувати нові методи організації туризму, нові інформаційні технології обслуговування мандрівників і випереджати конкурентів.⁹³ Т. А. Фролова стверджує, що основними напрямками інноваційної діяльності туристичних організацій є: використання нової техніки і технологій у наданні традиційних послуг; впровадження нових послуг з новими властивостями; використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися; зміни в організації виробництва і споживання традиційних туристських послуг; виявлення і використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів⁹⁴.

Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної галузі й туризмі загалом здійснювали С. Арімов, О. Виноградова, О., А. Демаш, М. Єфремова, Ю. Миронов, М. Скопень, Т. Ткаченко.

Однак, на нашу думку, дана проблема через свою новизну є розкрита і досліджена не повною мірою, адже інформаційно-інноваційні технології постійно розвиваються і вдосконалюються.

⁹¹ Сазонець О. М. (2007): Інформаційна складова глобальної економіки, с. 32.

⁹² Ткач А. А. (2004): Інституалізація ринкової інфраструктури в посттрансформаційній економіці, с. 215.

⁹³ Новіков В. С. (2006): Інновації в туризмі, с. 23.

⁹⁴ Фролова Т. А. (2011): Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма, с. 46.

Актуальність використання інформаційних технологій у галузі туризму стала предметом досліджень теоретиків і практиків тих країн, ринки яких активно розвиваються. Зокрема, автори В. Квартальнов, В. Калачанов, Л. Кобко^{95 96} у своїх дослідженнях відзначають важливість ІТ-технологій для розвитку туристичного бізнесу в умовах зростаючої конкуренції. Проблеми економічного обґрунтування впровадження нових програмних продуктів та інноваційних проектів у галузі туризму розглядалися О. Галіновським, Г. Галкіним та інші.⁹⁷

Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних засад дослідження процесу інформатизації туристичного бізнесу в умовах глобалізації.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

- дослідити науково-теоретичні засади розвитку туристичного бізнесу в умовах глобалізації;
- обґрунтувати теоретико-методологічні засади дослідження розвитку інформатизації туристичного бізнесу як складової світової економіки;
- визначити основні напрями розвитку та впровадження інноваційних та інформаційних технологій в області туризму
- проаналізувати тенденції та структурні зміни ринку туристичних послуг у контексті глобальної інформатизації туристичного бізнесу.

Об'єкт дослідження – процес розвитку глобальної інформатизації туристичного бізнесу як сфери формування конкурентних переваг на ринку послуг країн.

Предмет дослідження – науково-методологічні та концептуальні засади оцінки процесу інформатизації туристичного бізнесу

Результати дослідження. 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.

Сучасний стан розвитку туристичного бізнесу базується не лише на використанні інформаційних технологій, а має ознаки дифузії та інтеграції різних видів послуг і виробництв, які прямо чи опосередковано формують глобальні ресурси туристичних послуг. Загальний підхід до вивчення зазначеної проблеми на сьогодні не розроблено.⁹⁸

Розробка інноваційних та інформаційних проектів у сфері туризму відбувається за наявності трьох складових (рис. 1): туристичний бізнес, інноваційні технології та інформаційні системи і технології управління. Останні

⁹⁵ Калачанов В. Д. (2006): Экономическая эффективность внедрения информационных технологий, с. 44.

⁹⁶ Квартальнов В. А. (2002): Менеджмент туризма, с. 125.

⁹⁷ Галиновский А. Попытка количественной оценки эффективности автоматизации [Электронный ресурс] / Александр Галиновский. – Режим доступа: <http://megatec.ru/?m=169>.

⁹⁸ Плещак В. Л. (2011): Інформаційні системи і технології на підприємства, с. 511.

відіграють визначальну роль у інноваційному розвитку підприємств туристичної галузі.

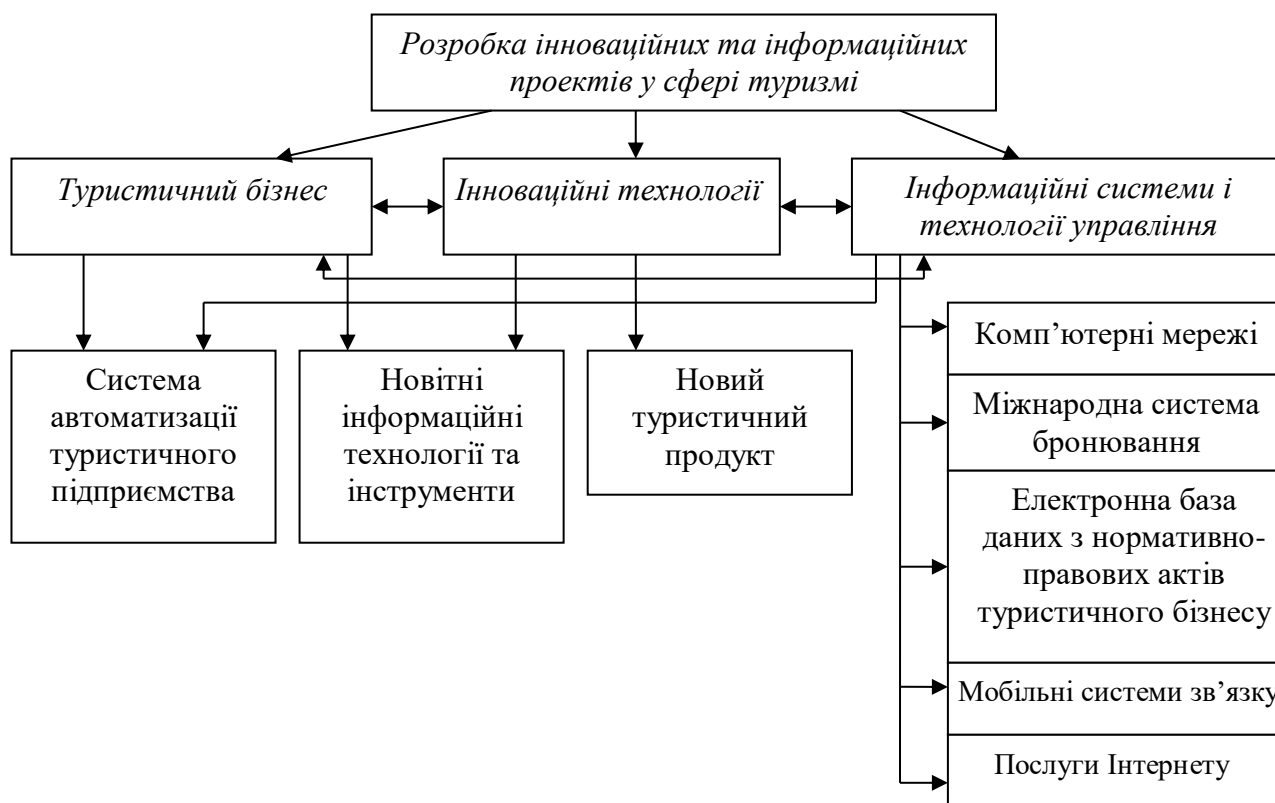


Рис. 1 – Розробка інноваційних та інформаційних проектів у сфері туризмі

Інформаційні технології надають клієнту інформацію та можливості, за допомогою яких він може зі свого персонального комп'ютера сформулювати тур, забронювати його, обрати зручний рейс, придбати квитки, оформити прокат автомобіля у місцях відпочинку, замовити квитки на розважальні або спортивні заходи. Ці технології приводять до зростання продуктивності у сфері послуг, забезпечують підприємству конкурентну перевагу. Тому розвиток інформаційних

Проте слід відзначити тенденцію ускладнення туристичних товарів і послуг через інформатизацію середовища, оскільки за індивідуальними замовленнями надаються такі послуги й товари, як: купування квитків, бронювання авто та готелів, дистанційне екскурсійне супроводження, моніторинг стану рахунку тощо.

Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. Нині у туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи і т.д. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному

ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre.⁹⁹ Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre (табл. 1).

Таблиця 1 – Глобальні розподільчі системи¹⁰⁰

Показники	Sabre	AMADEUS	Galileo	Worldspan
Кількість працівників	9000	3654	Дані відсутні	3200
Розподіл	Більше 59000 турагентств	54405 турагентств у 198 країнах	Більше 52000 турагентств у 116 країнах	20210 турагентств у 60 країнах
Доходи	2,5 млрд. дол. США	1,6 млрд. євро	1,6 млрд. дол. США	Дані відсутні
Кількість бронювань	467,1 млн.	393,9 млн.	345,1 млн.	Дані відсутні
Постачальники	450 авіакомпаній, 53000 готелів, 54 компанії з прокату автомобілів	480 авіакомпаній, 54641 готелів, 47 компаній з прокату автомобілів	425 авіакомпаній, 60000 готелів, 23 компанії з прокату автомобілів, 430 туроператорів	533 авіакомпаній, 47000 готелів, 45 компаній з прокату автомобілів

Глобальні розподільчі системи дозволяють резервувати всі основні складові туристичної інфраструктури, тобто вони фактично утворюють загальну інформаційну систему, яка пропонує розподільчі мережі для всієї туристичної галузі.

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 слабою ініціативністю менеджерів.

Інформаційні технології дозволяють значно підвищити якість взаємодії туристичної компанії з клієнтом, впливають на функції управління і налагодження взаєностосунків між ними. Сучасні технології дозволяють реалізувати підтримку взаємодії з клієнтом на іншому рівні функціональності, за допомогою інтегрованих CRM-систем.

На основі даних рейтингу «Рамблер ТОП100»¹⁰¹ встановлено, що джерелом туристичної інформації для 64% користувачів є Інтернет, 53% інтернет-користувачів цікавлять готові тури, 47% – самостійні поїздки. Найбільш цікавою інформацією є відгуки і рейтинги курортів і готелів (49%) та ціни на

⁹⁹ Новіков В. С. (2006): Інновації в туризмі, с. 27.

¹⁰⁰ Якушкіна М. (2007): Galileo под новым трендом, с. 12.

¹⁰¹ <http://top100.rambler.ru>.

тури (39%). Частка продаж туристичних послуг через Інтернет складає 13%, переважна частина припадає на оплату авіаквитків.

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.

Туристам доступні такі сервіси Інтернет: пошук інформації про компанію, тури тощо; пошук і он-лайн бронювання турів, готелів, авіа, з/д і автобусних квитків; оплата послуг з використання електронних платіжних систем; он-лайн 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 (Next Generation Network);

- інтернет-сервіси: туристичні портали, сайти туристичних агентств, віртуальний туризм;

- інтернет-маркетинг: банерна, контекстна, пошукова реклама, просування в соціальних мережах¹⁰²;

- системи електронної комерції: он-лайн страхування, електронні платіжні системи тощо;

- 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; аналізу даних (отримання статистики необхідні для ухвалення правильних стратегічних рішень), взаємостосунків з клієнтом;

- системи он-лайн консалтингу щодо освітніх, фінансових та юридичних питань.

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

¹⁰² promostart.ru/articles/77.html.

реалізувати підтримку взаємодії з клієнтом на іншому рівні функціональності, за допомогою інтегрованих CRM-систем.

В умовах інформатизації глобального масштабу змінюються всі складові туристичного бізнесу, який виступає єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристичного продукту задля задоволення попиту на туристичні послуги. Він охоплює чотири основні елементи: виробництво туристичних послуг; комплектування туристичного продукту; реалізація туристичного продукту або окремої послуги; споживання туристичного продукту (послуги).¹⁰³

Інновації в туризмі привносять на ринки нові ідеї, послуги та продукти. Інновації означають не тільки пристосування туристичної галузі до мінливого характеру попиту в туризмі шляхом застосування нових маркетингових стратегій, але і зміни в зовнішньому середовищі, які стимулюють появу новаторських послуг, продуктів і процесів. Тому інновації в туризмі повинні розглядатися як перманентний, глобальний і динамічний процес.¹⁰⁴

Інновації в індустрії туризму головним чином спрямовані на формування нового туристичного продукту й маркетингову діяльність, а також застосування нових методів управління, а особливо – активне використання сучасних інформаційних технологій, що істотно впливає на зниження ціни туристичного продукту, зменшення часу на підбір і продаж турів, їх оформлення і видачу виїзних документів.

Порівняльний аналіз деяких видів традиційних і нових туристичних продуктів дозволяє зробити висновки про інноваційні зміни у структурі глобального ринку за продуктовими ознаками. По-перше, розширюються види туристичних продуктів з орієнтацією на уподобання не групи відвідувачів, а задоволення індивідуального попиту. По-друге, розвиток інфраструктури для відпочинку, зайняття спортом, надання майстер-класів у різних царинах культури, живопису та підприємництва є передумовою нових «запитів» ринку туристичних послуг. По-третє, створення глобального інформаційного середовища створює передумови для розвитку інноваційного підприємництва в туристичному бізнесі через надання послуг для кожного споживача за індивідуальним запитом шляхом використання глобальних ресурсів. Тобто бізнес-модель сучасного туристичного бізнесу – це інноваційна модель: послуги індивідуальні, а ресурси – глобальні. По-четверте, зміщуються та стираються ознаки типу туризму, у своїй більшості запити споживачів орієнтовані на певний «мікс туристичних послуг», які за класифікацією належать до різних типів.

Туристичні фірми, споживачі й державні туристичні структури, що займаються підприємництвом, об'єктивно стають повноправними учасниками ринку сучасних технологій як виробники інформаційних продуктів і послуг і їх споживачі. Це стає невід'ємною умовою організації туристської діяльності на ринку виробництва туристичних послуг.

¹⁰³ Jones M. T. (2002): Globalization and organizational restructuring: a strategic perspective, p. 325.

¹⁰⁴ Изотова М. А. (2006): Инновации в социокультурном сервисе и туризме, с. 124.

Визначимо основні напрями розвитку та впровадження інноваційних та інформаційних технологій в області туризму:

- бездротові технології: мобільні пристрої, бездротовий протокол передачі даних WAP, GPRS-технологія, IP-телефонія, мультисервісні мережі зв'язку (Next Generation Network);

- інтернет-сервіси: туристичні портали, сайти туристичних агентств, віртуальний туризм;

- інтернет-маркетинг: банерна, контекстна, пошукова реклама; просунення в соціальних мережах;

- системи електронної комерції: он-лайн страхування, електронні платіжні системи тощо;

- 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; аналізу даних (отримання статистики необхідні для ухвалення правильних стратегічних рішень); взаємостосунків з клієнтом.

- системи он-лайн консалтингу щодо освітніх, фінансових та юридичних питань.

Нині до сучасних інноваційно-інформаційних технологій вважаємо за необхідне відносити системи, які дають змогу просувати продукт і розвивати ринок туристичних послуг інтегровано з економікою країни, коли можливо забезпечити рентабельність бізнесу шляхом розвитку місцевої економіки, яка сприятиме формуванню економічної безпеки шляхом зниження зовнішньої ресурсної залежності. Сюди можна відносити не тільки віртуальні подорожі, глобальні системи бронювання, але й електронний бізнес, який дає змогу суттєво зменшувати транзакційні витрати підприємств і організацій туристичної галузі.

Для керівників сучасних підприємств і організацій туристичної галузі використання сучасних інформаційно-інноваційних технологій дає змогу: контролювати продуктивність праці і результативність бізнес-процесів; підвищити інвестиційну привабливість туристичного підприємства; швидко виявляти «вузькі місця» в управлінні процесами на туристичних підприємствах; підвищити якість обслуговування і надання послуг; підвищити доступність туристичних послуг; прискорити впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; розвивати підприємства туристичної галузі шляхом активізації процесів інтеграції між сервісними організаціями і туристичними підприємствами.

Для своєчасної і ефективної реакції на розвиток ринків туристичних та інформаційних послуг підприємствам туристичного бізнесу необхідне стратегічне передбачення і новітній арсенал управлінських інструментів стратегічного аналізу. А це можливо тільки на основі ґрунтовних досліджень, що передбачає необхідність багатогранного осмислення й адаптації фундаментальних положень стратегічного управління до нинішніх

особливостей розвитку туризму. Водночас постає завдання теоретичного обґрунтування і методологічного переосмислення стратегічного розвитку підприємств туризму за результатами якісних і кількісних змін у системі їх організації та управління.

Розвиток нової фази інформатизації економічного розвитку світового господарства є наслідком глобалізації та має характерні ознаки в галузі надання туристичних послуг, такі, як: поява нових форм спілкування турагенцій з потенційними клієнтами та партнерами; оптимізація управління туристичними потоками через системи глобальних розподільних систем; прискорення процесів у сфері вхідних і вихідних грошових потоків завдяки розвитку електронної комерції; оптимізація товарного та фінансового ринків; збільшення наукових відкриттів; збільшення частки послуг порівняно зі збільшенням частки товарів; масовий характер попиту та пропозиції; залежність рівня життя населення від ступеня інформатизації економіки країни; поява нових форм конкуренції тощо.

Інтенсивне впровадження інформаційних технологій у всі сфери діяльності в Україні стає фактором конкурентоспроможності і розширює можливості не тільки входження у зовнішнє середовище для тих, хто використовує ці технології, але й дає можливість впливу на нього. При цьому зазначимо, що активно впроваджують інформаційні технології не тільки великі за обсягами діяльності та доходів суб'єкти України, але і малі – різних видів та масштабів діяльності. Наприклад, територіальна близькість України до європейських країн та її стремління до інтеграції у світовий соціально-економічний простір актуалізує потребу освоєння різних функцій інформаційних технологій як для потреб бізнесу, навчання, спілкування, досліджень та ін. Так, у просуванні своїх продуктів на ринку лікувально-оздоровчого туризму України створюються інформаційно-рекламні інтернет-продукти не тільки окремими санаторно-курортними та оздоровчими закладами, а і створеними ними територіальними агенціями (Трускавець курорт, Моршин курорт). Невеликі міста України систематизують комплексно підібрану інформацію про санаторно-курортні заклади, транспортне сполучення, центри лікування, об'єкти гостинності (наприклад, селище Східниця Львівської області), визначні місця-пам'ятки історії та культури, туристичні маршрути, фотогалереї, приватні садиби, що пропонують свої послуги гостинності та харчування (наприклад, Яремча Івано-франківської області). У сучасних умовах значно зростає роль інформаційних технологій як важливого інструменту в підвищенні ефективності медичного туризму не тільки у масштабах національного, але й міжнародного. Життєвоважливі проблеми зі здоров'ям можна вирішувати у широкому географічному просторі, однак без використання інформаційних технологій (інформація, мовні комунікації, юридичний супровід, транспортні комунікації, фінансові розрахунки та ін.) це практично здійснити складно. У практиці застосування інформаційних технологій, зокрема, для певних груп господарських суб'єктів та громадян виникає проблема фінансових інвестицій, проблем безпеки та функціональної підготовки користувача. У таких випадках актуальною та ефективною було би створення і впровадження для різних

цільових аудиторій інтернет-програм учбових, методичних, які б допомогли всім учасникам суспільства використовувати вигоди від інформаційних технологій. Цю роботу мають стимулювати (у тому числі і фінансово) як муніципальними органами влади, так і господарські суб'єкти, доцільні були б, наприклад, податкові пільги для меценатського інвестування. В цілому актуальним завданням для України є формування загальних сприятливих передумов для масових, сильно мотивованих інновацій та розробка систематизованих інформаційних технологій у всіх сферах діяльності; при цьому мають бути враховані й фактори, що діють усередині країни, і, що не менш важливо, фактори глобалізації.

Висновки. Враховуючи складний взаємозв'язок багатьох галузей економіки, які прямо чи опосередковано беруть участь у функціонуванні туристичної сфери, можемо зробити висновок, що успішне функціонування туристичних об'єктів на ринку туристичних послуг практично неможливе без використання сучасних інформаційних технологій, оскільки вони дають змогу прискорити і оптимізувати процес прийняття управлінських рішень, отримувати інформацію в найкоротші терміни про доступність транспортних засобів та можливості розміщення туристів, забезпечують швидке резервування та бронювання місць, а також автоматизацію рішення допоміжних завдань під час надання турпослуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, замовлення і отримання різноманітних цільових послуг – культурних, освітніх, спортивних та ін., забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією).

Таким чином, інформаційні технології є одним із визначальних ресурсів можливостей та ефективності подальшого розвитку туристичного ринку.

Література:

1. Галиновский А. Попытка количественной оценки эффективности автоматизации [Электронный ресурс] / Александр Галиновский. – Режим доступа: <http://megatec.ru/?m=169>. 215.
2. Зайцева Н. А. Менеджмент в социальном сервисе и туризме: учебник [для студентов вузов] / Н. А. Зайцева. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 281 с., с. 13.
3. Изотова М. А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме: научно-популярное издание / М. А. Изотова, Ю. А. Матюхина. – М.: Советский спорт, 2006. – 224 с.
4. Калачанов В. Д. Экономическая эффективность внедрения информационных технологий: учеб. пособ. / В. Д. Калачанов, Л. И. Кобко. – М.: МАИ, – 2006. – 180 с.
5. Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: Экономика туризма : учебник / Валерий Александрович Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
6. Новіков В. С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В. С. Новіков. – М.: Видавничий центр «Академія», 2007. – 208 с.

7. Плескач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах: підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К., 2011. – 718 с.
8. Сазонець О. М. Інформаційна складова глобальної економіки: монографія / Ольга Миколаївна Сазонець. – Донецьк: «Юго-Восток, ЛТД», 2007. – 360 с.
9. Ткач А. А. Інституалізація ринкової інфраструктури в посттрансформаційній економіці / А. А. Ткач // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2004. – № 2. – С. 214-219.
10. Фролова Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: [конспект лекций] / Т. А. Фролова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011. – 74 с., с. 46.
11. Якушкина М. Galileo под новым трендом / М. Якушкина // Турбизнес. – 2007. – № 2. – С. 12.
12. Jones M. T. Globalization and organizational restructuring: a strategic perspective / M. T. Jones // Thunderbird International Business Review. – 2002. – № 44 (3). – P. 325-351.
13. <http://top100.rambler.ru>.
14. promostart.ru/articles/77.html.