

12. Аналітичні огляди ринку спільного інвестування за 2004-2009 рр. [Електронний ресурс] / Річна аналітика УАІБ // сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу — Режим доступу : [http://www.uaib.com.ua/analituaib/year\\_analit\\_uaib.html](http://www.uaib.com.ua/analituaib/year_analit_uaib.html).
13. Аналіз страхових ринків за 2004-2009 рр. [Електронний ресурс] / сайт Ліги страхових організацій України. — Режим доступу : <http://uainsur.com/stats/analiz>.
14. Статистика [Електронний ресурс] / сайт Organization for economic co-operation and development. — Режим доступу : <http://stats.oecd.org/Index.aspx>.
15. Кулинич О. І. Економетрія : навч. посіб. / О. І. Кулинич. — Хмельницький : Поділля, 1997. — 115 с.
16. Статистика [Електронний ресурс] / сайт The world bank open data. — Режим доступу : <http://data.worldbank.org>.

УДК 658:012.1:338.48:004.738.5

## УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Татаринцева А. С., к.е.н., ст. викладач, Олійник О. М., к.філос.н., доцент

*Запорізький національний університет*

Проаналізовано роль інформаційних технологій в управлінні підприємствами туристичної сфери, узагальнено та охарактеризовано основні програмні продукти автоматизації роботи підприємств та діючі туристичні Інтернет-портали. Доведено доцільність використання інформаційних технологій як передумови забезпечення ефективності діяльності туристичних підприємств.

*Ключові слова: туристичне підприємство, інформаційні технології, програмні продукти автоматизації, Інтернет-портали, CRM-системи, ефективність.*

Татаринцева А. С., Олейник А. Н. УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ / Запорожский национальный университет, Украина

Проанализирована роль информационных технологий в управлении предприятиями туристической сферы, обобщены и охарактеризованы основные программные продукты автоматизации работы предприятий и действующие туристические Интернет-порталы. Доказана целесообразность использования информационных технологий как предпосылки обеспечения эффективности деятельности туристических предприятий.

*Ключевые слова: туристическое предприятие, информационные технологии, программные продукты автоматизации, Интернет-порталы, CRM-системы, эффективность.*

Tataryntseva A. S., Oliynik O. M. THE MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES USING THE MODERN INFORMATIONAL TECHNOLOGIES / Zaporizhzhya national unaversity, Ukraine

The role of informational technologies is analysed. The main software for automatisisation of companies performance and the existing Internet portals are studied and characterised. The necessity of informational technologies use being the prerequisite for an effective perfomance of tourist companies is proved.

*Key words: tourist enterprise, informational technologies, automatisisation software, the Internet portals, CRM-systems, effectiveness.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Активізація і розвиток туристичного ринку, підвищення рівня вимог споживачів до якості і комплексності послуг, які пропонують підприємства сфери туризму, вимагають активного впровадження і використання сучасних інформаційних технологій та методів управління, які призначені для оптимізації діяльності підприємств різних типів, підвищення ефективності процесів обслуговування споживачів. Отже, автоматизовані системи управління є ключовою ланкою підвищення економічної ефективності підприємства в цілому та підвищення якості туристичних послуг зокрема.

Розширення меж туристичного ринку, на якому працюють вітчизняні туристичні підприємства, активізація туристів, їх бажання бути безпосередніми учасниками всього процесу створення індивідуальних туристичних продуктів, підвищення рівня життя і освіченості людей, їх прагнення пізнавати нові країни і культури, вимагає значних витрат часу і зусиль з боку працівників туристичних підприємств на організацію процесу обслуговування. Саме тому активне впровадження і використання

сучасних засобів автоматизації процесів управління підприємствами сфери туризму є необхідною умовою ефективного їх функціонування, однак викликає низку проблем у процесі практичного впровадження та використання.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Аналіз процесів, що відбуваються в туристичній галузі, свідчить про неадекватність рівня застосування інформаційних технологій у діяльності вітчизняних підприємств в порівнянні з досвідом світових підприємств-лідерів туристичної сфери.

Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризму в цілому здійснювали: І. Ф. Карташевська [1], В. А. Квартальнов [2], С. В. Мельниченко [3], І. М. Панчак [4], А. Е. Саак [6], М. М. Скопень [7], А. А. Соловьев, Л. В. Шульгіна, С. В. Чупров та інші.

Квартальнов А. В. у своїх дослідженнях [2, с. 275] зазначає, що сучасні інформаційні технології та ефективні комунікації забезпечують стрімкий розвиток ринку міжнародного туризму, а також великого значення в туризмі набуває використання глобальних комп'ютерних мереж. Завдяки інформаційним технологіям зростає ефективність маркетингу в туризмі, споживач має можливість швидко отримувати необхідну якісну інформацію про туристичні послуги.

У своїх дослідженнях М. М. Скопень акцентує увагу на процесі автоматизації роботи фірм за допомогою офісних програм, комп'ютерної техніки, яка застосовується в роботі туристичної фірми, створенні ефективних сайтів та серверів туристичної фірми в мережі Інтернет, а також на перспективності використання мережі Інтернет у туристичному бізнесі [7, с. 87].

Враховуючи динамізм розвитку інформаційних технологій, невизначеність ступеня їх впливу на ефективність функціонування підприємств туристичної сфери, актуальним є здійснення комплексного дослідження застосування інформаційних технологій в управлінні суб'єктами туристичної діяльності, реалізації механізмів активізації їх розвитку в умовах переходу до інформаційного суспільства.

### **МЕТА СТАТТІ**

Мета статті полягає в необхідності аналізу сучасних інформаційних технологій, визначенні їх ролі в управлінні та підвищенні конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери, розробки напрямків підвищення та забезпечення ефективності їх функціонування в умовах сучасної сервісної економіки.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Інформаційні технології в туризмі – це система методів і способів передачі і обробки інформації на основі використання технічних засобів, що можуть застосовуватись при управлінні підприємствами сфери туризму, а саме: обслуговуванні клієнтів, співпраці з постачальниками, посередниками, органами державної влади, налагодженні з ними партнерських відносин тощо.

Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку зумовлює трансформацію сфери туризму з такої, яка орієнтована на обслуговування організованих туристів, – на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів. Незважаючи на достатню поширеність інформаційних технологій, рівень їх використання вітчизняними підприємствами є досить обмеженим, що зумовлено: низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; відсутністю баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни; обмеженістю інформації та реклами туристичного продукту на міжрегіональному, національному та міжнародному ринках; недосконалістю механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму і зовнішнього середовища за допомогою мереж; низьким рівнем розвитку віртуальних туристичних підприємств; відсутністю державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи [11].

Вітчизняні підприємства, стикаючись з проблемами забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг, намагаються використовувати вироблений зарубіжними туристичними фірмами інструментарій сучасних інформаційних технологій. У загальній сукупності систем автоматизації роботи туристичних підприємств існують різні їх види, які поділяються залежно від типу підприємств, для яких вони розроблені, і відповідно, набору функцій, які в них передбачені. Найбільшого поширення на ринку на сьогоднішній день набули системи автоматизації роботи туристичних операторів, туристичних агентів, авіа-агенцій, засобів розміщення.

На сьогодні існує велика кількість різноманітних програмних продуктів, які орієнтовані на автоматизацію процесів управління підприємствами різних сфер національного господарства. Аналізуючи пропозиції різних виробників спеціалізованого програмного забезпечення для автоматизації роботи підприємств туристичної галузі, можна виділити декілька найбільш поширених програмних продуктів, що використовуються в практиці більшості суб'єктів і пропонуються на ринку (табл. 1).

Таблиця 1 – Програмні продукти для автоматизації роботи підприємств туристичної галузі

Сайт розробника	Назва і характеристика продукту
<a href="http://www.parus.ua/">http://www.parus.ua/</a>	<p>“ПАРУС-Підприємство” є повнофункціональною системою для автоматизації облікових і управлінських задач, які здійснюють підприємства малого і середнього бізнесу.</p> <p>Базові модулі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Парус-Ресторан – автоматизована система управління підприємствами громадського харчування, що дозволяє вирішити всі основні задачі, характерні для даного типу підприємств;</li> <li>- Парусь-Готель – система для автоматизації бізнес-процесів обслуговування клієнтів підприємств готельного типу, що передбачає здійснення функцій щодо автоматизації роботи рецепції, управління номерним фондом, бронювання, реєстрації поселення і виїзду клієнтів, формування вартості наданих послуг і здійснення розрахунків з клієнтами;</li> <li>- Парус-Туристичне агентство - CRM-рішення, орієнтоване на автоматизацію бізнес-процесів туристичних компаній і агентств ділового туризму.</li> </ul>
<a href="http://www.titbit.com.ua/">http://www.titbit.com.ua/</a>	<p>БП – це спеціальний програмний інструментарій для спеціалістів туристичної галузі</p> <p>Базові модулі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Titbit “Расчет цен” – калькулювання туристичних пакетів і формування програмним способом прайс-каталогів різних типів;</li> <li>– Titbit “Цены+рейсы” – конфігурація містить розрахунковий блок і блок для виконання деяких функцій обліку задач, пов’язаних з контролем і управлінням завантаженням транспортних засобів;</li> <li>– Titbit back-office - конфігурація містить блок, що використовують менеджери при підготовці до продажів, також містить блок обліково-аналітичних функцій, що автоматизують процеси продажу туристичних продуктів і управління ними.</li> </ul>
<a href="http://www.tury.in.ua/">http://www.tury.in.ua/</a> (для туристів), <a href="http://www.profi.tury.in.ua">http://www.profi.tury.in.ua</a> (для професіоналів)	<p>Туристична інформаційно-пошукова система ТУРИ – автоматизація роботи туристичного оператора, що передбачає здійснення функцій щодо розрахунку сезонних прайс-листів і випуску спеціальних пропозицій, роботи з сайтом, замовленнями, туристичними агентствами, приймаючою стороною, підготовки документів і звітів, здійснення взаєморозрахунків, управління маркетингом і рекламною діяльністю підприємства.</p>
<a href="http://www.samo.ru/">http://www.samo.ru/</a>	<p>SAMO - програмне забезпечення туризму і рішення для автоматизації туристичних фірм, агентів і операторів.</p> <p>Базові модулі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SAMO-ТурАгент (автоматизація турагентів) - внутрішньо офісна автоматизація туристичних фірм: облік замовлених туристами турів, оплати, постійних клієнтів, виданих дисконтних карток, телефонних дзвінків з пропозиціями і побажаннями;</li> <li>- SAMO-Тур (автоматизація туроператора) – програмний комплекс для оптимізації роботи туристичного оператора, що враховує всі особливості його технологічних операцій;</li> <li>- Online для ПК SAMO-Тур призначений для туроператорів, що використовують SAMO-Тур, дозволяє розміщувати на сайті туроператора актуальну інформацію про ціни на тури, вільні місця на рейсах і припинення продажів в готелях;</li> <li>- SAMO-Incoming (автоматизація турфірм на прийомі) програмний комплекс призначений для автоматизації турфірм, що обслуговують туристів на прийомі, який враховує всі етапи технологічного процесу (від підготовки цін до безпосереднього продажу екскурсій і отримання статистичних звітів);</li> <li>- Online для ПК SAMO-Incoming - програмний модуль “ONLINE бронювання”, що призначено для продажу турів через Інтернет у режимі реального часу.</li> </ul>
<a href="http://www.samsebetur.vdelo.ru">http://www.samsebetur.vdelo.ru</a>	<p>SAMSEBETUR – інформаційна система призначена для автоматизації роботи турагентств, що використовується з метою:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- впорядкування роботи агентства;</li> <li>- автоматичного друку даних про подорожі;</li> <li>- спрощення роботи і здійснення взаєморозрахунків з клієнтами;</li> <li>- оптимізація процесів оформлення документів, зниження можливостей появи помилок тощо;</li> <li>- постійне додержання фірмового стилю агентства у всіх документах, що вони готують;</li> <li>- збір і аналіз статистичних даних щодо кількості і типів подорожей туристів, якості роботи менеджерів агентства, популярності туристичних маршрутів і готелів тощо.</li> </ul>

Кожний з вказаних програмних продуктів має свої переваги та недоліки і може бути впроваджений на більшості підприємств сфери туризму. Однак наявність виключно даних систем не забезпечує існування в керівників впевненості в беззаперечній ефективності і прибутковості його підприємства. Підвищення ефективності процесів обслуговування споживачів, більш якісного задоволення потреб кожного окремого туриста є можливим тільки за умов активного використання ресурсів мережі Інтернет.

Останнім часом значного розповсюдження в мережі Інтернет набули різноманітні сайти (сторінки), на яких узагальнена інформація про становлення і розвиток туристичної індустрії в Україні і світі, підприємства, які пропонують туристичні послуги (туристичні фірми, заклади розміщення, транспортні організації тощо) [5, с. 185]. Найбільшого значення серед даних сайтів мають Інтернет-портали.

Туристичний інтернет-портал – крупний сайт, що пропонує відвідувачу різноманітні послуги (пошук турів, замовлення квитків, пошук готелю тощо), і містить різноманітну інформацію з туристичної тематики (описи країн, перелік фірм, відгуки туристів, погода, курси валют, різні довідники тощо) (табл. 2). Дані портали характеризуються достатньо високою відвідуваністю, тому багато крупних підприємств сфери сервісу розміщують на них свою рекламу.

Загалом Інтернет-портали в межах туристичної галузі мають переваги в порівнянні з іншими засобами розповсюдження інформації, а саме:

- можливість оперативного розміщення та пошуку інформації;
- масштабна, цілодобова, ефективна і порівняно дешева реклама;
- значна економія коштів при використанні електронної пошти в процесі взаємодії з іноземними і вітчизняними партнерами;
- можливість своєчасно отримувати інформацію про нові тури, знижки.

Таблиця 2 – Туристичні Інтернет-портали України

Сайт порталу	Основна характеристика порталу
<a href="http://www.all-tours.com.ua/">http://www.all-tours.com.ua/</a>	Туристичний Інтернет-магазин, можливість вибору та замовлення турів, сервісна підтримка
<a href="http://www.gdetur.com/">http://www.gdetur.com/</a>	Інформація про тури, їх пошук і замовлення, надання інформації про туристичних операторів і агентів по Україні
<a href="http://www.otpusk.com/">http://www.otpusk.com/</a>	Якісна технологічна система пошуку турів, інформація про країни, функціональний каталог туристичних фірм України, додаткові послуги (бронювання авіаквитків)
<a href="http://www.tau.org.ua/">http://www.tau.org.ua/</a>	Туристична асоціація України, метою є об'єднання зусиль працівників туристичної та суміжних галузей для спільних дій щодо захисту своїх законних прав, задоволення професійних і соціальних інтересів, сприяння розвитку туризму в Україні
<a href="http://www.tourua.com/">http://www.tourua.com/</a>	Пошук турів за різними типами і видами туризму, сервісна підтримка, інформація про туристичних операторів і агентів, постачальників туристичних послуг. Особливістю порталу є наявність “Конструктора турів”.
<a href="http://turistua.com/">http://turistua.com/</a>	Туристичний портал, що містить всю необхідну інформацію для туризму і відпочинку: тури, що “горять”, путівки, білети, готелі, товари для туризму, новини туризму. Додаткові послуги: бронювання і замовлення квитків, інформація про готелі, погоду і клімат у різних країнах світу, відгуки клієнтів, національна кухня та традиції, визначні пам'ятки тощо.
<a href="http://www.turne.com.ua/">http://www.turne.com.ua/</a>	Пошук турів, новини туризму, опис країн, цінні пропозиції
<a href="http://www.turmir.com/">http://www.turmir.com/</a>	Соціальна мережа мандрівників: інформація про відпочинок і туризм, пошук турів, відгуки клієнтів, можливість пошуку попугчиків.
<a href="http://www.turbaza.com.ua/">http://www.turbaza.com.ua/</a>	Пошук турів, можливість оформлення підписки на інформацію від різних туристичних фірм України про оновлення їх асортименту
<a href="http://www.ukrainetour.in.ua/">http://www.ukrainetour.in.ua/</a>	Інформація про послуги українських туристичних операторів, внутрішній та в'їзний туризм
<a href="http://www.ukrtravel.net/">http://www.ukrtravel.net/</a>	Українська туристична мережа – пошук турів, інформація про них, новини туризму, рейтинг туристичних фірм і їх послуг, пошук попугчиків
<a href="http://www.tour.crimea.com/">http://www.tour.crimea.com/</a>	Туристичний сервер Криму, портал, що містить інформацію про відпочинок у Криму, різні типи турів у районах Криму
<a href="http://www.tourism.crimea.ua">http://www.tourism.crimea.ua</a>	Офіційний Інтернет-сайт Криму “Крим туристичний”
<a href="http://www.crimea-skl.info/">http://www.crimea-skl.info/</a>	Портал “Санаторно-курортне лікування”, інформація про санаторії і профілакторії Криму, показання та протипоказання
<a href="http://www.greentour.com.ua">http://www.greentour.com.ua</a>	Спілка сприяння сільського зеленого туризму України, рейтинг українських садиб, інформація про них за регіонами

Незважаючи на велику кількість різних інформаційних туристичних сайтів і порталів, жодний з них не є досконалим, хоча й містить досить великий обсяг інформації. Серед основних недоліків можна визначити:

- дублювання інформації інших сайтів, особливо новин туризму;
- застарілість даних і пропозицій турів;
- обмежена можливість вибору з існуючих пропозицій;
- значна завантаженість рекламними лінками, баннерами і спамом;
- деякі сайти є неповністю розробленими і не містять жодної інформації за певними розділами тощо.

Не зважаючи на це, наявність більшості з перелічених сайтів є можливим за рахунок існування налагоджених взаємозв'язків між різними суб'єктами туристичного ринку, які надають інформацію про свої послуги і продукти, можливості їх замовлення і бронювання. Негативним можна відмітити той факт, що більшість регіонів України, у тому числі Запорізький регіон, який має значний туристичний і ресурсний потенціал, недостатньо використовує ресурси Інтернет для пропозиції своїх послуг, в порівнянні з іншими регіонами, що мають власні спеціалізовані інформаційні портали (Автономна Республіка Крим, Львівська, Закарпатська, Рівненська, Одеська і інші області).

Аналізуючи поведінку туристів, можна стверджувати, що останнім часом кількість бажаючих скористатися послугами мережі Інтернет для пошуку інформації про місце відпочинку і фірму, в якій можна замовити путівку значно збільшується. У різних видах туризму існують різні цілі використання послуг пошукових систем мережі Інтернет. У більшості випадків туристи, звертаючись до пошукових систем, прагнуть отримати інформацію про місце подорожі, переконатись у наявності пропозицій, акцій та знижок, дізнатись про ціну послуг тощо (рис. 1). Саме тому, створюючи власну сторінку, кожний суб'єкт туристичного ринку, у першу чергу, повинен забезпечити існування саме даної інформації, слідкувати за її постійним оновленням.

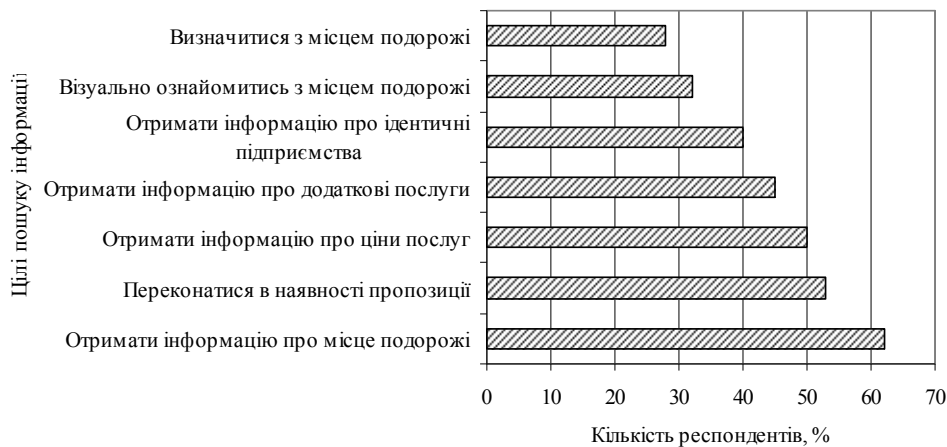


Рис. 1. Цілі пошуку туристами інформації в мережі Інтернет (туризм, %) [4, 10]

Серед основних спеціалізованих програмних продуктів автоматизації роботи суб'єктів туристичного ринку можна також виділити CRM-системи.

CRM-система – система управління взаємодією з покупцем (Customer Relationship Management). Це програмний продукт, призначений для накопичення і обробки інформації про клієнта з метою обслуговування з урахуванням його переваг і підвищення ймовірності придбання їм пропонованих послуг [9, с. 375]. Це своєрідна стратегія компанії, орієнтована на отримання додаткового прибутку, шляхом максимального задоволення споживачів за рахунок завоювання їх лояльності і прихильності.

Перевагами використання CRM-технологій є наступні:

- підвищення спроможності компанії утримувати своїх клієнтів і формувати у них лояльність по відношенню до послуг фірми;
- підвищення рентабельності роботи з клієнтами, що зумовлено збільшенням кількості замовлень і зниженням витрат на залучення нових клієнтів;
- зниження собівартості послуг, що реалізуються.

Професійне використання новітніх CRM-технологій створює засади для налагодження ефективної дистриб'юторської діяльності і оперативного управління, розробки чіткої системи надання інформації за запитами клієнтів, роботи системи збуту та оцінки її ефективності, використання ефективної інформаційної технології для визначення найбільш вигідних клієнтів, створення ексклюзивних пропозицій для кожного клієнта, а також надання достовірної і повної інформації, здійснення консалтингових послуг.

Не зважаючи на наявність досить великої кількості різноманітних засобів автоматизації процесів

управління туристичними підприємствами, їх доступність і легкість у використанні, запровадження їх у роботі підприємств України не є активним. Це зумовлено існуванням наступних причин:

- недостатній рівень підготовки та кваліфікації менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність, неготовність до зміни звичного способу організації власної роботи;
- неврахування важливості і необхідності постійного оновлення інформації, що розповсюджується туристичними підприємствами через різні канали комунікації, у тому числі через мережу Інтернет;
- існування певних системних помилок у роботі програм автоматизації процесів управління підприємствами, які можуть на початкових етапах їх впровадження викликати недовіру з боку користувачів;
- відсутність державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи тощо.

### ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Проведений аналіз сучасних інформаційних технологій, практики їх використання в діяльності підприємств туристичної сфери доводить їх практичну цінність і доцільність. Ефективність управління та підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери безпосередньо залежить від активного впровадження і використання різноманітних сучасних засобів автоматизації (спеціалізованих програмних продуктів, туристичних Інтернет-порталів, CRM-систем тощо).

На базі проведеного дослідження можна визначити наступні основні напрямки підвищення ефективності функціонування підприємств сфери туризму в умовах сервісної економіки за умов активного використання інформаційних технологій: підвищення оперативності розміщення та пошуку інформації, активізації просування та збуту туристичних послуг, підвищення рентабельності роботи з клієнтами, рівня якості їх обслуговування.

Головну роль в умовах трансформації сфери туризму повинні здійснювати як власне підприємства даної сфери, що зацікавлені в збільшенні прибутковості, так і державні органи влади, що постійно наголошують на необхідності розвитку туризму як однієї з основних галузей національного господарства. У даному напрямку, перш за все, можуть працювати спеціально уповноважені державні інститути, наприклад, створені на базі обласних державних адміністрацій, завданням яких повинно бути здійснення активної діяльності щодо створення загальнодержавного чи регіональних інформаційних Інтернет-порталів, перевірки розміщеної на них інформації, її постійного оновлення.

Перспективи подальшого дослідження полягають у визначенні ефекту від впровадження сучасних інформаційних технологій при управлінні конкретним підприємством туристичної сфери.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Карташевская И. Ф. Оптимизация процессов управления туристскими ресурсами на региональном уровне / И. Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. — 2003. — № 45. — С. 49—52.
2. Квартальнов В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2004. — 320 с.
3. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С. В. Мельниченко. — К. : КНТЕУ, 2008. — 493 с.
4. Панчак І. Туристичний бізнес та інформаційні технології [Електронний ресурс] / Іван Панчак // Інноваційні процеси та їх вплив на ефективність діяльності підприємств : зб. виступів 5 наук.-прак. конф. — К. : Укоопосвіта, 2008. — Ч. 1. — С. 110—117. — Режим доступу : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/panchak.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/panchak.htm).
5. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма / Г. А. Папирян. — М. : Финансы и статистика, 2010. — 208 с.
6. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособ. / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. — СПб. : Питер, 2007. — 512 с.
7. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / М. М. Скопень. — К. : Кондор, 2005. — 301 с.
8. Соловьев А. А. Интернет как средство развития туризма / А. А. Соловьев // Культура народов причерноморья. — 2008. — № 137. — С. 130—133.
9. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — 537 с.
10. Цветкова И. И. Мотивационная структура потребителей туруслуг / И. И. Цветкова // Вестник физиотерапии и курортологии. — 2004. — № 2. — С. 20—22.
11. Юхимчук І. Технологічні аспекти впровадження інформаційних технологій у діяльність туристичного підприємства [Електронний ресурс] / І. Юхимчук // Сучасний стан, ретроспективи та перспективи розвитку економічної системи України : всеукр. студ. інтернет-конф., 14-15 грудня 2010 р. — Режим доступу : <http://conf-cv.ua/forum/47-378-1>.