

3. Попович Г. В. Оптимізація витрат підприємства, як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності. Матеріали конференції «Актуальные проблемы современных наук». 2011. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2011/Economics/14_87797.doc.htm

4. Яровенко Т. С., Довга А. О., Остряніна В. Е. Шляхи та методи оптимізації витрат підприємства у ринкових умовах. Вісник ДНУ. 2013. URL: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201372/yarovenko-dovga.html>

Лутанюк Вікторія
Студентка 4 курсу
спеціальності «Туризм»,
Науковий керівник: **Марусей Т.В.**,
к.е.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільський національний
університет імені Івана Огієнка,
м. Кам'янець-Подільський

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ ОБСЛУГОВУВАННІ

Однією зі сфер широкого застосування комп'ютерних інформаційних технологій є туристичний бізнес, який належить галузевій економіці, що найбільш динамічно розвиваються, має високий потенціал і велику кількість можливостей для використання різноманітних інформаційних технологій, що дають змогу отримувати фінансові та інші переваги від синергетичного ефекту й інтеграційних процесів, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що за без печують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю, і закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж. Водночас сучасні інформаційні технології дають змогу не тільки автоматизувати процес організації туристичних об'єктів, але й процес прийняття управлінських рішень та надання туристичних послуг.

Туризм на сучасному етапі розглядається не тільки як окремий перспективний, прибутковий бізнес, а й як інтегрована сфера послуг, яка динамічно розвивається завдяки сучасним інформаційним технологіям. На сучасному етапі більше 80% усіх продажів турпродукту реалізуються через електронну комерцію і використовують комп'ютерні системи резервування CRS (Computer reservations system), які створили передумови для розвитку глобальних систем бронювання. Це дало змогу підвищити якість сервісних послуг за рахунок зменшення часу обслуговування клієнтів, збільшення обсягів та різноманітності пропонованих послуг тощо, а також з'явилася можливість забезпечення оптимізації завантаження авіалайнерів, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, застосування нових управлінських методів тощо. Висока надійність та зручність цих систем резервування сприяли їх швидкому і широкому поширенню [1].

Нині до глобальних належать чотири основні системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Разом ці системи (не випадково їх називають «золотою четвіркою») нараховують приблизно 500 000 терміналів, установлених у готелях по всьому світу, що становить близько 90% ринку. 10% займають регіональні системи резервування та системи, які знаходяться у стадії злиття з однією з вищеперерахованих. Кожна GDS хоча і є глобальною, має свій арсенал розповсюдження. Для Amadeus та Galileo – це передусім Європа, для Sabre та Worldspan – Америка. Цікаво, що система Galileo використовується в 116 країнах світу більш ніж 45 тис. агентств. За результатами 2008 р. Galileo має найбільш міцні позиції у Великобританії, Італії, Греції, Швейцарії, Португалії. У цілому частка цієї системи на ринку Європи – 29,8% (друге місце). Таких результатів Galileo досягла за три роки роботи на світовому ринку. Система Galileo дає змогу забезпечувати туриста та турагента інформацією про туристичні продукти й послуги, автоматизувати процес бронювання авіаквитків, здійснювати прямий обмін повідомленнями та замовлення додаткових послуг. На сьогодні цією системою активно користується 89 агентств у Росії та Азербайджані, але не

користуються в Україні. Однак численні дрібні фірми пропонують власні розробки у даному напрямі[2].

У мережі Інтернет найбільш популярні бронювання:

1) авіаквитків, що дає туристу змогу визначати не тільки початковий і кінцевий пункт авіаперельоту та його дату, вибирати авіаперевізника, але й повністю планувати подорожі;

2) готелів, що дає туристу змогу отримати не тільки опис у цілому, але і його послуг та тарифів на них;

3) автомобілів, що є одним із найбільш популярних напрямів бронювання через Інтернет, яке в Україні є малорозвиненим;

4) турів, які можливо забронювати через Мережу. Причому останнім часом клієнти мають можливість самостійно сформувати тур за своїм смаком напряму через Інтернет: вибрати час, готель, спосіб проїзду, варіант харчування і додаткові послуги. Більшість учасників туристичного ринку віддають перевагу технології онлайн-бронювання, яка ґрунтується на моментальному відображенні реальної інформації про наявність місць за поточними тарифами з можливістю їхнього резервування. На практиці ці дві функції часто розмежовуються, оскільки моментальне бронювання можливо тільки після надання фінансових гарантій оплати[3].

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[4].

На нашу думку, ці інформаційні системи в туризмі в умовах жорсткої конкуренції дають змогу забезпечити не тільки їх розвиток, але й надати якісні послуги з урахуванням смаків туристів і їх фінансового стану. Виділення класів та видів інформаційних технологій, що використовуються не тільки в економіці, але й у туризмі, обумовлене потребою визначення саме інноваційних технологій на сучасному етапі і дає змогу розвивати ринок туристичних послуг, тому наведені класифікаційні ознаки доцільно доповнити такими:

1) за сферою діяльності: глобальні, національні та регіональні інформаційні системи;

2) за функціональним призначенням: соціальні, культурні, виховні, фінансово-економічні, маркетингові тощо;

3) за напрямом автоматизації: автоматизація процесів (управління персоналом, фінансами, постачанням тощо), автоматизація інформації (формування баз даних клієнтів), інтеграційні (управління зовнішніми і внутрішніми процесами);

4) за сферою застосування: системи проектування туристичних об'єктів, системи організаційного управління (готелем, рестораном, музеєм тощо), системи управління технологічними процесами, системи матеріально-технічного забезпечення.

Так, найбільш поширеними автоматизованими готельними системами, що застосовуються у світовій практиці, є такі: система управління готелем (PMS – Property Management System); система управління рестораном (Point Of Sales); система управління заходами (Sales & Catering); система телефонного сервісу (Telephone Management System); система електронних ключів (Key System); система електронних міні-барів (Mini bar System); система інтерактивного телебачення (Video Services System); система енергозбереження (Energy Management System); система обробки кредитних карт (Credit Card Authorization System); система складського обліку та калькуляції (Food & Beverage), система фінансово бухгалтерського обліку

(Accounting System); система центрального бронювання (Central Reservation System); система Інтернетбронювання (Web Reservation System); система кадрового обліку (Human Resource System); система безпеки (Security System).

Таким чином, успішне функціонування туристичних об'єктів на ринку туристичних послуг практично неможливе без використання сучасних інформаційних технологій, оскільки вони дають змогу прискорити процес прийняття управлінських рішень і 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 туристичних послуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією та ін.).

Список використаних джерел

1. Глєбова А.О. Інформаційно-інноваційні технології в процесах туристичного обслуговування. Глобальні проблеми економіки. Випуск 13. 2016. С.230-235.
2. Мельниченко С.В. Автоматизовані системи бронювання в туризмі / С.В. Мельниченко // Культура народів Причорномор'я. – 2008. – № 140. – С. 96–100.
3. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / М.М. Скопень. – К. : Кондор, 2005. – 302 с.
4. Слепцова О.Я. Використання інформаційних технологій для підтримки прийняття рішень в туризмі / О.Я. Слепцова, В.Я. Данилов // Наукові праці. – Миколаїв : ЧДУ, 2011.– Вип. 173. – Т. 161. Комп'ютерні технології. – С. 47–53.
5. Худо В.В. Інформаційні технології в управлінні туризмом / В.В. Худо // Міжнародний конгрес «Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку». – Трускавець, 2000. – С. 162.

6. Шалева О.І. Застосування інноваційних Інтернет-технологій у ресторанному бізнесі / О.І. Шалева // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2013. – Вип. 15. – С. 142–145.

7. Юхимчук І. Технологічні аспекти впровадження інформаційних технологій у діяльності туристичного підприємства / І. Юхимчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua>.

Луцик Марина

здобувач освіти 2 року навчання освітнього ступеня «Магістр» спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: **Добровольська Е.В.**

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РИНКУ ЗЕРНА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Зернова галузь аграрного сектору національної економіки України є однією з найбільш пріоритетних та характеризується високим рівнем конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і світовому ринках, від якої залежать національна безпека держави, добробут її населення. Адже ринок зерна – це основа стабільності продовольчого ринку, джерело не тільки виробництва хлібобулочних виробів, але й кормова база для виробництва тваринницької продукції, а також сировини для переробної промисловості.

Ринок зерна – це основа розвитку аграрної галузі економіки, ефективного функціонування всього продовольчого ринку. Одні вітчизняні науковці розуміють його як складний механізм відносин між покупцями і продавцями зерна, інші – розглядають ринок як сукупність обмінних відносин, але загальним є те, що за допомогою цих відносин регулюються господарські зв'язки і здійснюється купівля-продаж зерна та продуктів його переробки.