

УДК 338.487:659.1(477)

*Карина Реутенко, Анжела Шуканова
(Полтава, Україна)*

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Робота присвячена дослідженню діяльності туристичних фірм по створенню та просуванню туристичних сайтів в мережі Інтернет. Проаналізовано сайти провідних туроператорів України, з'ясовано проблеми і перспективи використання Інтернет-технологій в туристичному бізнесі України.

***Ключові слова:** туристична фірма, туристичний сайт, інформаційні технології, Інтернет-ресурси.*

The article is devoted to the survey of the activity of travel companies to produce and promote travel sites on the Internet. The sites of the leading tour operators of Ukraine were analyzed, problems and perspectives of using Internet technologies in the tourist business of Ukraine were found out.

***Key words:** travel company, travel site, information technologies, Internet resources.*

Основна робота з Інтернетом в туристичному бізнесі певний час будувалася на основі електронної пошти як найпопулярнішого каналу поширення інформації між туристичними підприємствами, проте зараз на перший план вийшла розробка і просування на ринок корпоративних та в достатній мірі повно функціональних Інтернет-сайтів.

Інтернет в туризмі – це просування торгової марки на ринку, можливість надати первинну інформацію про діяльність компанії потенціальному клієнту, здатність підвищити швидкість і якість комунікацій, один з найважливіших маркетингових інструментів.

Проблеми упровадження та використання інформаційних систем на туристичних підприємствах присвячені дослідження як вітчизняних науковців (Бочкарьов Д.О., Гаврилов В.П., Кожухівської Р.Б., Мельниченко С.В., Рудківського О.А., Рудківської А.Ю. та ін.), так і зарубіжних (Ivan I., Surcel T., Milodin D., Krebs L., Pease W.R. та ін.).

Використовуючи наведений в навчальному посібнику за авторством А. Д. Чудновського і М. А. Жукової [3, с. 161] підхід до класифікації туристичних ресурсів за рівнем подання в Інтернет ми спробували розподілити їх на групи (рис. 1). В даній класифікації, окрім загальноприйнятого поділу (на сайти загального призначення з туристичними розділами; спеціалізовані туристичні портали і сайти; глобальні системи бронювання; сайти фірм-туроператорів; сайти туристичних агентств; сайти готелів; особні сторінки мандрівників), ми вважаємо за доцільне в окрему групу виділяти спеціалізовані інтернет-магазини, які пропонують товари для подорожей і туризму.



Рис. 1. Форми представлення туристичних ресурсів в Інтернет

В таблиці 1 наведений рейтинг провідних туроператорів України за підсумками 2018 року, що оприлюднило Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України на підставі звітів туроператорів.

Таблиця 1

ТОП-10 туроператорів за кількістю обслужованих туристів за 2018 р. [2, с.2]

№ з/п	Найменування	Кількість туристів, осіб
1	ТОВ «ДЖОІН АП!»	902 600
2	ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «АНЕКС ТУР»	515 582
3	ТОВ «АККОРД-ТУР»	297 744
4	ТОВ «ТЕЗ ТУР»	284 956
5	ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»	243 729
6	ТОВ «ГТВК»	230 462
7	ТОВ «ТРЕВЕЛ ПРОФЕШНЛ ГРУП»	229 484
8	ТОВ «ПЕГАС ТУРИСТИК»	115 887
9	ТОВ «ГТО»	66 400
10	ПАТ «ОБРІЙ ІНК»	41 576
Всього за даними туроператорів		3 376 350

Проаналізувавши сайти провідних туроператорів, ми з'ясували, що вони являють собою багатосторінкові ресурси, іноді навіть портали, які відрізняються яскравістю оформлення, складністю навігації та високою інформаційною насиченістю, яка разом з тим дещо ускладнює їх сприйняття.

Ми погоджуємося з висновками дослідників, які зазначають, що сайти турагентств – значно простіші з технічної точки зору та й менш інформативні [1, с. 43]. Оскільки турагенти не створюють тури, а лише їх реалізують, головні акценти на таких сайтах розставлені у

такий спосіб, щоб відвідувачі звернули увагу на контактну інформацію і можливість придбання або бронювання послуг у режимі онлайн.

Цікавий бізнес-підхід для представлення турагенства в Інтернеті на вітчизняному ринку пропонує фірма Айтї-тур (IT- tour), система пошуку і бронювання турів якої розрахована на менеджерів турагенств. Робота в системі «Айтї-тур» дозволяє здійснювати пряме бронювання турів і чартерних авіаквитків основних туроператорів України прямо з результатів пошуку. Компанія Айтї-тур (IT- tour) реалізує проект Toursite.com.ua, який позиціонує себе як перший інтернет-магазин із продажу готових повнофункціональних сайтів туристичних агентств [4]. За результатами моніторингу цін на сайті вартість купівлі сайту в даному інтернет-магазині коливається від 8 000 до 32 000 грн.

Дуже важливою особливістю наявності у компанії сайту саме в туристичному бізнесі, оскільки це можливість контролю за внутрішніми і зовнішніми комунікаціями на різних рівнях. Проте, як зазначено в дослідженні Герасименко В. і Давиденко І. [1] якісний рівень виконання українськими спеціалістами робіт, пов'язаних із просуванням туристичного продукту за допомогою Інтернету, на жаль, є недостатньо високим. Крім того, більшість Інтернет технологій, що використовуються зараз на вітчизняному ринку, є запозиченими, адаптація їх під особливості українського ринку не завжди здійснюється коректно та оперативно, що призводить до зниження їхньої ефективності. Не сприяє поширенню надання послуг через мережу Інтернет і відсутність нормативної бази використання Інтернет ресурсів. Фактично будь яка діяльність у мережі Інтернет в Україні регулюється тільки Законом України «Про авторське право», інших нормативно правових документів з цього питання не існує. Така ситуація спричинює зростання кількості плагіату та незаконного використання Інтернет ресурсів, що залишається без покарання.

За нашими спостереженнями серед проблем, пов'язаних зі створенням і функціонуванням сайтів туристичних фірм на сучасному етапі розвитку економіки країни актуальними проблемами є необхідність придбання дороговартісної комп'ютерної техніки та ліцензійного програмного забезпечення, зовнішні і внутрішні загрози порушення роботи інформаційних систем через вірусні атаки, технічні збої у роботі обладнання, електронні крадіжки інтелектуальної власності тощо, недостатня готовність менеджерів з туризму до роботи в онлайні.

Перспективним видається розробка та вдосконалення мобільних додатків, що відкривають безпосередній доступ до баз даних туроператорів, готелів, авіакомпаній, екскурсій, прокатних служб тощо. Разом з тим це сприятиме подальшому зростанню частки самодіяльних туристів, що спричинюватиме крах і банкрутство туристичних фірм. Як приклад, банкрутство у вересні 2019 р. найстарішої туристичної компанії світу туроператора Thomas Cook. Тому, на наш погляд, доцільним є створення і просування через соціальні мережі онлайн-агенцій як альтернативи самодіяльному туризму через поширені сервіси онлайн-бронювання, що в свою чергу поліпшить діючу систему використання різноманітних видів інформаційних технологій в туризмі.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Герасименко В., Давиденко І. Інтернет як засіб просування туристичних послуг // Маркетинг в Україні. 2009. №2. С. 41-46.

2. Довідка за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2018 рік // Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true>

3. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Информационные технологии управления в туризме: Учеб. пособие. Москва: Кронус, 2006. 236 с.

4. Toursite.com.ua URL:<http://www.ittour.com.ua/>