УДК 004:338.48

Зеленко О. О., Смірнов О. О.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

У статті викладено особливості розвитку інформаційних технологій у вітчизняній туристичній галузі. Висвітлено переваги та недоліки, тенденції та проблеми інформатизації діяльності підприємств туристичної індустрії. Визначено, що незважаючи на всі недоліки, кількість переваг значно більша и дозволяє туристичному підприємству стати «ближчим» до споживача своїх послуг. Зазначено що задля подальшого розвитку інформаційних технологій в туристичній галуз України необхідна розробка нової державної стратегії інноваційного розвитку в рамках якої одним з пріоритетних напрямків буде інформатизація діяльності підприємств.

Ключові слова: *інформаційні технології, туристична індустрія, інновації, туристичне підприємство, споживачі.*

Актуальність дослідження. Сучасні темпи розвитку світового співтовариства вимагають від представників бізнесу використання новітніх технологій задля забезпечення своєї конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Туристична галузь не є виключенням: без використання новітніх інноваційних технологій говорити про конкурентоспроможність даної сфери діяльності немає сенсу.

Особлива увага приділяється інформаційним технологіям в туристичній індустрії, адже від повноти даних, якими володіють компанії та від швидкості їх передачі залежить успішність функціонування галузі в цілому та кожного підприємства зокрема, тому зазначена у даній статті тема дослідження є актуально для сьогодення.

Постановка проблеми. Нажаль Україна не є лідером розвитку інформаційних технологій. Маючи багаті туристично-рекреаційні ресурси, вітчизняна туристична індустрія та її провідні фахівці поступаються досвідом розвинутим туристичним країнам світу за обсягами реалізації туристичного продукту. Безумовно, проблем у туристичній галузі багато, але одна з причин скорочення туристичного потоку в України криється саме в непоінформованості світової спільноти та зокрема потенційних відвідувачів про наявних рекреаційні ресурси, про туристичні маршрути, про основні та додаткові туристичні послуги тощо. Отже інформатизація галузі та всебічне використання наявних технологій є першочерговим завданням, яке необхідно виконувати у найкоротший термін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інформаційного забезпечення туристичної діяльності періодично торкаються як закордонні так і вітчизняні дослідники. Серед українських науковців на особливу увагу заслуговують Я. Виклюк, М. Гаць [1], Н. Кунанець, Р. Щур [2], А. Татаринцеву, О. Олійник [3], Р. Зарю [4], К. Єсіпову [5], О. Авдан [6] та ін.

Аналізуючи роботи вказаних науковців варто відзначити головну особливість: всі вони висвітлюють проблему впровадження інформаційних технологій дещо однобічно. Наприклад, Я. Виклюк та М. Гаць [1] у своїй статті розглядають особливості впровадження інформаційних технологій з точки зору автоматизації діяльності туристичного підприємства, велику увагу у своїй роботі вони приділили перевагам та недолікам використання ГІС технологій.

Так само автоматизації бізнес процесів на тур підприємстві приділяє велику увагу К. Єсіпова [5], яка характеризує різні наявні програмні продукти, за допомогою опитування туристичних компаній визначає рівень їх використання та обсяги витрат на інформатизацію опитуваних підприємств.

Н. Кунанець та Р. Щур [2] у своїй публікації висвітлюють особливості створення консолідованого інформаційного ресурсу туристичної галузі у Львівській області, залишаючи поза увагою територію інших областей України та їх проблем щодо інформаційного забезпечення діяльності тур індустрії.

А. Татаринцеву та О. Олійник [3] у своїй роботі досліджують наявні сайти туристичної спрямованості, корисні як для туристичних підприємств так і для потенційних користувачів туристичними послугами. Також автори висвітлюють наявні програмні продукти для автоматизації роботи персоналу туристичної компанії. Головний висновок, який роблять автори, полягає у тому, що коренем усіх проблем інформатизації діяльності підприємств туріндустрії є «недостатній рівень підготовки та кваліфікації менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність».

Певну задавленість викликає стаття І. Зарі [4], де представлено достатньо ґрунтовний аналіз ефективності використання інформаційних технологій на туристичних підприємствах та загалом у тур індустрії України, але нажаль, представлені в роботі матеріали застарілі (за минуле десятиріччя) і потребують оновлення.

Дуже цікавого питання торкнулася також у своєму дослідженні О. Авдан [6], висвітлюючи перспективи та особливості розвитку інтернет-брендингу, але авто наводить тільки декілька успішних прикладів реалізації такого ефективного інструменту, оминаючи проблему непізнаваності більшості українських туристичних компаній в Інтернет просторі.

Мета дослідження. Узагальнення наявного досвіду та визначення особливостей розвитку інформаційних технологій в туристичній індустрії України. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- визначити переваги і недоліки впровадження інформаційних технологій в туризмі;
- висвітлити наявний стан та проблеми розвитку інформаційних технологій на вітчизняних туристичних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Світова туристична індустрія, як і будь-яка інша галузь світової економіки, не може існувати без інновацій, причому інноваційна діяльність має фактично пронизувати діяльність представників даної сфери обслуговування. Інформатизація у цьому контексті відіграє не останню роль і сьогодні жодна туристична компанія, навіть зовсім невеличке підприємство не може обійтися без певних інформаційних технологій у своїй повсякденній діяльності.

Але варто відзначити, що впровадження інформаційних технологій у туризмі має як переваги, так і недоліки, які представлено на рис. 1.

Отже можна виділити п'ять основних переваг впровадження інформаційних технологій в туризмі. Розглянемо кожну з них більш детально:

1. По-перше впровадження інформаційних технологій у будь-якому вигляді дозволяє спростити та пришвидшити комунікації з клієнтами, виробниками, постачальниками. Даний факт є незаперечливим, адже використання навіть вже давно відомої електронної пошти значно скорочує час передачі інформації адресату (якщо порівнювати зі звичайними паперовими листами).
2. По-друге впровадження інформаційних технологій підвищує ефективність презентації і популяризації пропозиції туристичного підприємства. Наявні можливості комп'ютерної графіки, та доступне програмне забезпечення дозволяють сьогодні представити туристичний продукт у максимально вигідному світлі, з використанням різних спец ефектів, презентуючи свою пропозицію як на власному сайті так і на сайтах партнерів чи на інформаційних порталах туристичної спрямованості.
3. По-третє, впровадження інформаційних технологій значно спрощує та скорочує процес ознайомлення та замовлення туристичного продукту збоку споживачів. Ця перевага також є логічним наслідком інформатизація діяльності туристичної компанії, адже процес замовлення туру на сайти підприємства займає всього декілька хвилин замість кількох годин, які необхідно витратити на покупцю у разі особистого візиту в офіс.
4. По четверте, впровадження інформаційних технологій суттєво розширює канали збуту: замість тільки особистого контакту менеджера з потенційним клієнтом у власному офісі чи у офісі посередника, у компанії відкриваються необмежені можливості просування та реалізації туристичного продукту а допомогою електронної розвилки, через власний сайт, через сайти партнерів, шляхом розміщення інформації на туристичних порталах та у спеціалізованих пошукових системах, шляхом співпраці зі всесвітніми система бронювання і т. п.
5. По-п'яте, впровадження інформаційних технологій у діяльність туристичного підприємства дозволяє задовольнити специфічні потреби різних і в тому числі найвибагливіших категорій клієнтів. Зараз за наявності сучасних пошукових систем та систем бронювання фактично туристичний маршрут розробляє не туристична компанія а сам споживач продукту. У будь-який момент клієнт може відмовитися чи поміняти маршрут пересування, відвідати найвіддаленіші куточки світу (якщо н особисто, то віртуально за допомогою віртуального туру).

Схема, представлена на рис. 1, демонструє беззаперечну перевагу позитивних аспектів впровадження інформаційних технологій, але є і негативні наслідки, до них належать:

1. На даному етапі розвитку інформаційних технологій найпростіші інструменті (серед яких використання електронної пошти) використовуються майже у на всіх підприємствах. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку мова має йти про впровадження програм «бєк-офіс», про розробку власного сайту зі вбудованими модулями для бронювання турів і т. п.; для просування власних послуг у віртуальному просторі виникає нагальна потребі у розміщенні інформації на сайтах пошукових систем, у співпраці із глобальними розподільчими системами. Всі ці заходи порівняно не дешеві та потребують постійних фінансових витрат, отже дозволити інформаційні інновації може собі достатньо стабільне та конкурентоспроможне підприємство.
2. Друга проблема, яка характерна не тільки для туристичної індустрії а й для всіх сфер економічної діяльності, що переживають процес інформатизації, - це ризик виникнення технічних проблем, збої у процесі обслуговування туристів. Чим вище рівень інформатизації галузі – тим вище ризик виникнення таких проблем.

Втрата відчуття реальності після користування певними інформаційними туристичними продуктами. У першу чергу така проблема стосується споживачів туристичного продукту. Користуючись такою послугою як «віртуальний тур» для ознайомлення з місцем майбутнього відвідування певна кількість потенційних клієнтів, у яких розвинута комп'ютерна залежність, можуть повністю замінити реальне життя на віртуальне. Яскравим прикладом такого віртуального туру є комп'ютерна гра «Інше життя», у якій право бути представленими вже отримали багато відомих компаній, фірм, де люди купують товари та послуги, тощо.

Сьогодні «в ногу з часом» намагаються йти приблизно чверть вітчизняних туристичних підприємств [7] маючи власний сайт, впроваджуючи спеціалізоване програмне забезпечення, співпрацюючи з відомими національними та міжнародними туристичними порталами і т.п. Але переважна більшість туристичних компаній, використовують наявні інформаційні технології дуже обмежено: кращому випадку мова йде про використання електронної пошти та про роботу на сайті оператора для он-лайн бронювання туру.

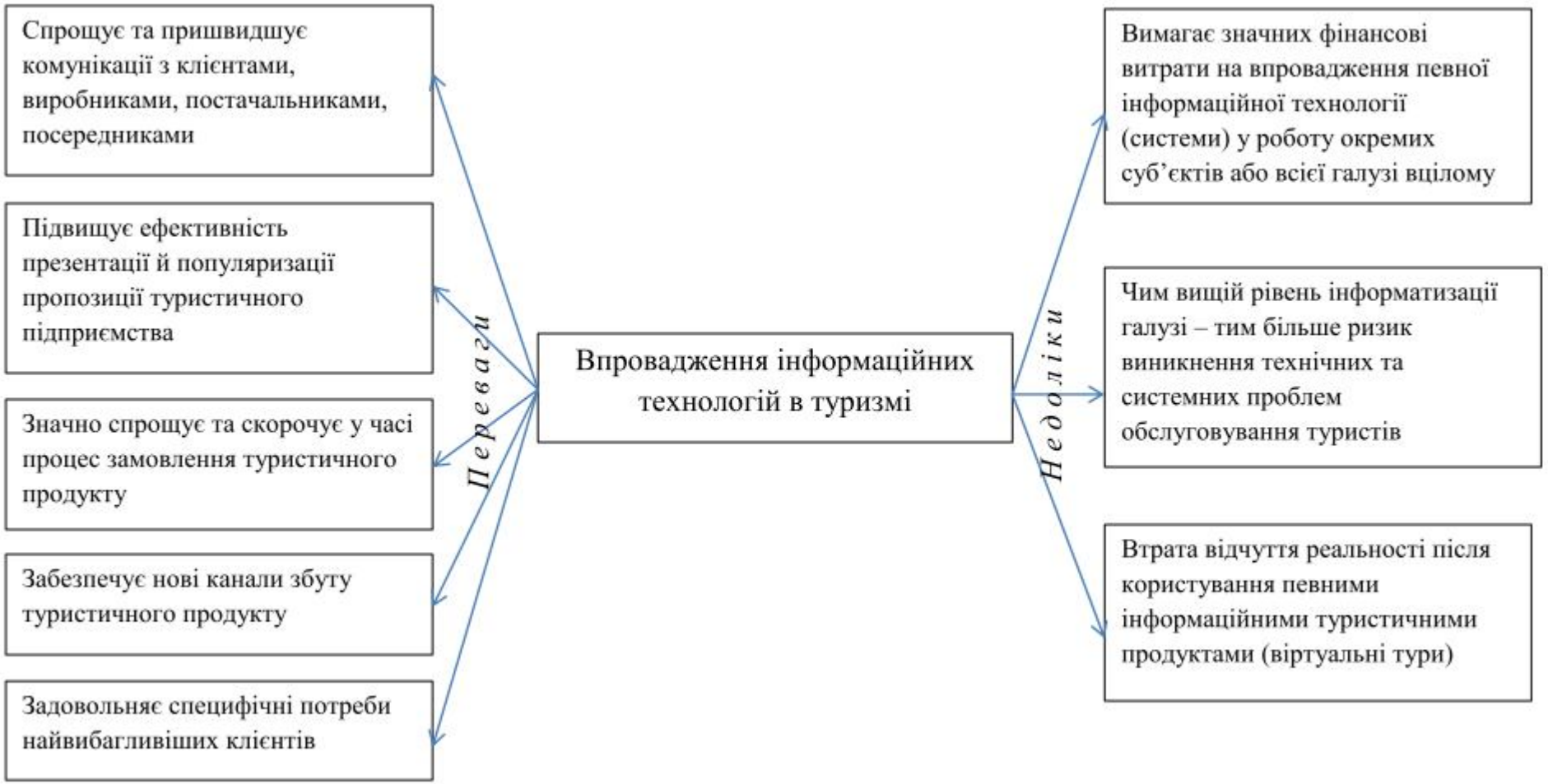

Рис. 1. Переваги та недоліки впровадження інформаційних технологій в туризмі
Джерело: розроблено автором

За результатами опитувань компаній-розробників спеціалізованого програмного забезпечення в Україні перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності (у тому числі у сфері інформаційних технологій) такі фактори: нестача власних коштів (80,1% обстежених підприємств), великі витрати на нововведення (55,5%), недостатня фінансова підтримка держави (53,7%), високий економічний ризик (41%), тривалий термін окупності нововведень (38,7%), відсутність підтримки збоку держави та недосконаліть законодавчої бази (40,4 %), відсутність кваліфікованого персоналу (20%), відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7%), нестача інформації про нові технології (17,3%) [8].

Але мабуть головна проблема на шляху до впровадження інформаційних технологій у діяльність суб'єктів тур індустрії полягає у небажанні працівників підприємств освоювати новітні технології. За теорією розвитку інноваційної діяльності будь-який інноваційний процес супроводжується супротивом збоку консервативно налаштованих співробітників. Ця проблема не оминає жодне підприємство на шляху інноваційно-інформаційного розвитку, страх перед новим, непізнаним, боязнь не подолати нові знання, не опанувати нове програмне забезпечення, не оволодіти новими навичками роботи – це головна перешкода на шляху до інформатизації роботи галузі. Отже подолання бар'єрів «небажання пізнавати нове» - це мабуть головне завдання для кожного керівника підприємства.

Висновки. Отже за результатами проведеного дослідження можна зробити висновки, що впровадження інформаційних технологій у своїй більшості несе більше преваг, дозволяючи туристичному підприємству стати «ближчим» до споживача своїх послуг. З іншого боку, основною проблемою щодо реалізації наявних інформаційних технологій у повному обсязі є обмежені фінансові можливості вітчизняних туристичних підприємств та небажання фахівців галузі освоювати новітні технології та нові інформаційні інструменти обслуговування клієнтів.

Отже задля подальшого розвитку інформаційних технологій в туристичній галуз України, необхідне розробка нової державної стратегії інноваційного розвитку в рамках якої одним з пріоритетних напрямків буде інформатизація діяльності підприємств туристичної індустрії. Така стратегія реалізовувалася на теренах України включно до 2012 року, але потім не була пролонгована. Реанімація даної стратегії та державна підтримка інноваційної діяльності у тому числі і інформатизації туристичної галузі дозволить українським туристичним компаніям вийти на один рівень функціонування порівняно з закордонними підприємствами та бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку туристичних послуг.

Література

1. Виклюк Я. І. Огляд сучасного стану інформаційного забезпечення функціонування туристичної галузі [Електронний ресурс]/ Я. І. Виклюк, Б. М. Гаць // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua
2. Кунанець Н. Створення консолідованого інформаційного ресурсу туристичної галузі Львівської області: інструментарій та особливості формування [Електронний ресурс] / Н. Кунанець, Р. Щур // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua
3. Татаринцева А. С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій / А. С. Татаринцева, О. М. Олійник // Вісник Запорізького національного університету – 2011 - № 19 – 148-153.
4. Заря І. В. Ефективність управління туристичною діяльністю в контексті розвитку інформаційних технологій / І. В. Заря // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм – 2010 – Том 1, № 1 - С. 191-196.
5. Єсіпова К. Автоматизація бізнес-процесів туристичних підприємств / К. Єсіпова // Вісник КНТЕУ – 2011 - № 6 – с. 24-35.
6. Авдан О. Г. Інтернет-брендинг як фактор конкурентоспроможності українських підприємств [Електронний ресурс]/ О. Г. Авдан // Економіка. Управління. Інновації. - 2013. - №1(9) – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/avdan.htm
7. Захарова К. В. Використання сучасних інформаційних технологій в туристичній галузі Криму [Електронний ресурс] / К. В. Захарова – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/zaharova.htm
8. Семиноженко В. Наука – це не периферія державної політики, а її авангард / В. Семиноженко // Урядовий кур'єр. – 2010. – 22 червня. – № 112. – С. 14.

Зеленко О. О. – к.е.н., доцент кафедри туризму і готельного господарства СНУ ім. В. Даля.
Смірнов О. О.– магістр кафедри туризму і готельного господарства СНУ ім. В. Даля.

Рецензент: Калінеску Т. В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри оподаткування СНУ ім. В. Даля.

Zelenko O. O., Smirnov O. O.

FEATURES OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE UKRAINE TOURISM INDUSTRY

The article describes peculiarities of information technology in the domestic tourism industry. The advantages and disadvantages, trends and problems of informatization on tourism industry enterprises are presented. Determined that despite of all the shortcomings, the amount of benefits are larger and allows tourism enterprises to become "closer" to the consumers of their services. It is indicated that for the further development of information technology in the tourism industry in Ukraine it is necessary to develop a new state innovation development strategy in which one of the priorities will be the informatization of enterprises.

***Keywords**: information technology, tourism industry, innovation, tourism enterprises, consumers.*

The relevance of the study. Current rate of the international community require businesses to use the latest technology to ensure its competitiveness in the international market. The tourism industry is no exception, without using the latest innovative technology there is no sense to talk about the competitiveness of the scope makes.

Special attention is given to information technology in the tourism industry, because of the completeness of data held by the company and the speed of transmission depends on the success of the industry as a whole and each company in particular. That is why the mentioned in the article topic are important research for today.

Problem. Unfortunately, Ukraine is not a leader in the development of information technology. With rich tourist and recreational resources, domestic tourism industry and its leading experts concede by experience to developed tourist countries in the world in terms of implementation of the tourism product. Of course, there are a lot of problems in the tourism industry, but one of the reasons for reducing the flow of tourists in Ukraine lies in the ignorance of the international community and in particular the potential customers of existing recreational resources of hiking trails, the main and additional travel services and more. So informatization field and full use of existing technologies is a priority that must be performed as soon as possible.

Analysis of recent research and publications. The issue of information support for tourism periodically affecting by both foreign and domestic researchers. Among Ukrainian scientists deserve special attention J. Vyklyuk, M. Hats [1] N. Kunanets, R. Rat [2] A. Tataryntsevu, A. Oleinik [3] R. Zaryu [4] K. Esipov [5] A. Avdan [6] and others.

Analyzing the work of these scholars is worth noting the main feature: they are illuminate the problem of information technology somewhat from one-sided. For example, J. Vyklyuk and M. Hats [1] in an article considering the features of information technology in terms of automation of tourism businesses, a lot of attention in the work they are paid to advantages and disadvantages of using GIS technology.

Just automation of business processes on tour company attaches great importance K. Esipov [5], which describes the various software products available, through a survey of travel agencies determine the level of usage and expenditures on information technology for surveyed companies.

N. Kunanets and R. Rat [2] in it's publications addressed the creation of consolidated information resource of the tourism industry in Lviv region, leaving aside other areas of Ukraine territory and their problems on informational support of the tourism industry.

A. Tataryntsev and O. Oleinik [3] in his work exploring existing tourist sites, useful for tourism enterprises as well as for potential users of tourism services. The authors highlight the existing software to automate staff activity in travel companies. The main conclusion made by the authors, is that the root of all problems of enterprise informatization in tourism industry is a "lack of trained, qualified information technology managers and low information literacy"/

It is interestion to read the article of I. Zarya [4], which presents quite thorough analysis of the effectiveness of using information technology in business travel and tour industry generally in Ukraine, but unfortunately presented in the article materials are obsoleted (for the past decade) and need to be updated.

Very interesting question also touched in A. Avdan study [6], highlighting the prospects and features of Internet branding but author gives only a few successful examples of such an effective tool and bypass the problem beyond recognition for many Ukrainian travel companies in the Internet space.

The purpose of the study. The generalization of existing experience and identifying characteristics of information technology in the Ukraine tourism industry. To achieve this goal it is necessary to:

- identify the advantages and disadvantages of information technology in tourism;
- highlight the current state and problems of information technology for domestic travel companies.

The main material. The global tourism industry, like any other sector of the world economy can not exist without innovation, and innovation activity must actually permeate the activities of representatives of the this service sector. Computerization in this context plays an important role today. Now there are not any travel company, even a very small business which can exist without certain information technology in their daily activities.

But it is worth noting that the introduction of information technologies in tourism has both advantages and disadvantages, which are presented in Fig. 1.

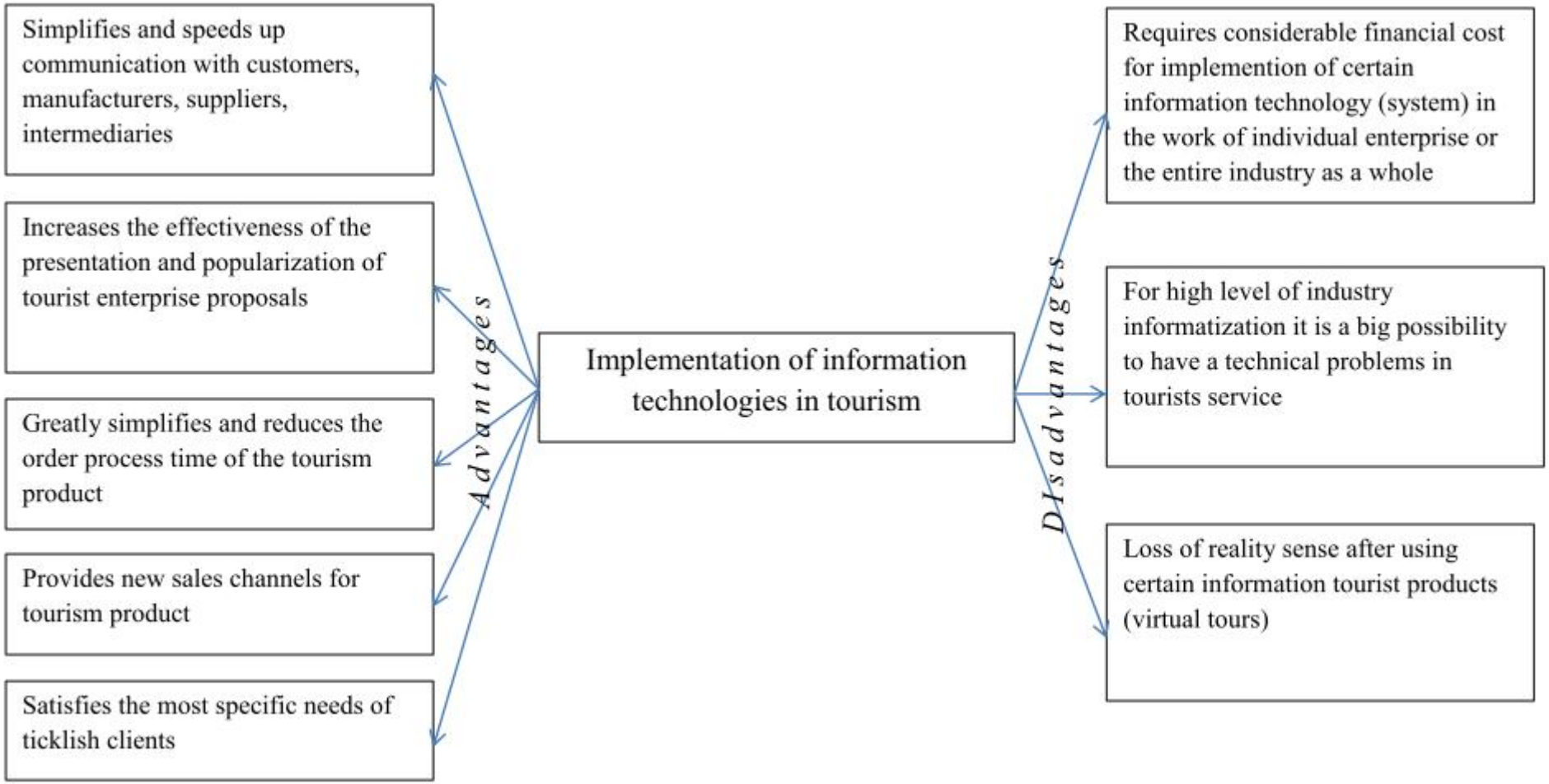

Fig. 1. Advantages and disadvantages of information technology in tourism
Source: developed by author

So we can identify five main advantages of information technology implementation in tourism. Let us consider each of these in more detail:

1. First of all, the information technology in any form can simplify and speed up communication with customers, manufacturers, suppliers. This is the fact, even using of well-known email significantly reduces the transmission of information to the recipient (compared to conventional paper letters).

2. The second, the implementation of information technology increases the effectiveness of the presentation and promotion of company tourist offer. Today available capabilities of computer graphics and software allow you to present tourism products in the most favorable light, using a variety of special effects,
presenting its proposal as on its website and on partner sites or on tourism oriented information portals.

3. Thirdly, the introduction of information technology simplifies and shortens the process of review and order of tourism product from consumers side. This advantage is also a logical consequence of travel company informatization, because the process of ordering tour on company websites only takes a few minutes instead of hours to be spent on the buyer in the case of personal visit to the company office.

4. Fourth, implementation of information technologies has significantly altered the distribution channels, instead of just personal contact between manager and potential client in their own office or the mediator office, the company now have unlimited opportunities for advancement and popularization of the tourism product with e-commerce through its own site, though partners sites, by posting information on travel portals and specialized search engines, through cooperation with GRS and so on.

5. Fifth, the implementation of information technologies in the activity of tourist enterprises can satisfy the specific needs of various categories including the most demanding customer. Now using sophisticated search engine and global reserving systems actually not travel company but tourist himself develops his route. At any time the client may waive or change the route of travel to visit the most remote corners of the world (if not personally, he/she can do it virtually through the virtual tour).

The scheme shown in Fig. 1, demonstrates the undeniable advantage of the information technology positive aspects, but there are negative consequences, these include:

1. At this stage of primitive tools of information technology (including the use of e-mail) are used almost in all enterprises. To compete on the international market it has to go about implementing programs "back-office" about developing your own website with built-in booking modules; to promote their services in virtual space there is an urgent need for placing information on the search engines websites, in collaboration with global distribution systems. All these measures are relatively not cheap and require constant financial costs, so information innovation can afford sufficiently stable and competitive enterprise.

2. The second problem, which is not unique to the tourism industry but also for all spheres of economic activity going through the process of information – it is the risk of technical problems, failures in the tourists service. The higher the level of informatization industry - the higher the risk of such problems.

3. Loss of reality sense after using certain information travel products. First of all, this problem affects consumers of virtual tourism product. By using this service as a "virtual tour" to study the future place of visiting a number of potential clients who have developed computer addiction can completely replace real life by virtual. A striking example of this virtual tour is a computer game "Second Life", in which the right to be represented already received many well-known companies, firms, where people buy goods, services, and so on.

Today "with the times" trying to go about a quarter of domestic tourism enterprises [7] having your own website, introducing specialized software, collaborating with renowned national and international travel portals, etc. But the vast majority of tourist companies use their existing information technology is very limited: in best way they use e-mail and the work on the tourist operator's website for online booking of the tour.

According to the surveys, developed by companies specialized on software in Ukraine there are some factors which preclude the innovation (including information technology), among them: lack of own funds (80.1% of the surveyed companies), high cost of innovation (55.5%), lack of financial support from the state (53.7%), high economic risk (41%), long payback innovations (38.7%), lack of support from state and imperfect legal basis (40.4%), lack of qualified staff (20 %), lack of opportunities for cooperation with other companies and research organizations (19.7%), lack of information about new technologies (17.3%) [8].

But perhaps the main problem on the way to information technology implementation in the activities of tour industry is reluctance by businesses to develop new technologies. According to the theory of innovation any innovation process is accompanied by conservators. This problem does not bypass any enterprise in the way of innovation and development of information, fear of the new, the unknown, fear not overcome new knowledge, not master new software, not master new skills - is the main obstacle to the industry informatization. So overcoming barriers "reluctance to learn new things" - is perhaps the most important task for every company director.

Conclusions. Thus the results of the study can be concluded that the implementation of information technology for the most part brings more advantage, allowing tourism enterprises to become "closer" to the consumers of their services. On the other hand, the main problem to implement available information technology in full are few means of domestic tourism enterprises and the reluctance of industry experts to develop new technologies and new information tools of customer service.

So for further development of information technologies in Ukraine tourism industry it is necessary to develop a new state innovation development strategy in which one of the priorities would be the enterprise informatization of the tourism industry. This strategy was implemented in Ukraine through to 2012, but then was not prolonged. Resuscitation of this strategy and government support of innovation activity including the tourism industry informatization will alloy Ukrainian tourist companies to reach the same level of performance than foreign companies and be competitive in the international tourism market.

Reference

1. Vikljuk J. I. Ogljad suchasnogo stanu informacijnogo zabezpechennja funkcionuvannja turistichnoї galuzi [Elektronnij resurs]/ Ja. I. Vikljuk, B. M. Gac' // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository – Rezhim dostupu: http://ena.lp.edu.ua
2. Kunanec' N. Stvorennja konsolidovanogo informacijnogo resursu turistichnoї galuzi L'vivs'koї oblasti: instrumentarij ta osoblivosti formuvannja [Elektronnij resurs] / N. Kunanec', R. Shhur // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository – Rezhim dostupu: http://ena.lp.edu.ua
3. Tatarinceva A. S. Upravlinnja pidpriєmstvami turistichnoї sferi z vikoristannjam suchasnih informacijnih tehnologij / A. S. Tatarinceva, O. M. Olijnik // Visnik Zaporiz'kogo nacional'nogo universitetu – 2011 - № 19 – 148-153.
4. Zarja I. V. Efektivnist' upravlinnja turistichnoju dijal'nistju v konteksti rozvitku informacijnih tehnologij / I. V. Zarja // Naukovij visnik Institutu mizhnarodnih vidnosin NAU. Serija: ekonomika, pravo, politologija, turizm – 2010 – Tom 1, № 1 - S. 191-196.
5. Єsipova K. Avtomatizacija biznes-procesiv turistichnih pidpriєmstv / K. Єsipova // Visnik KNTEU – 2011 - № 6 – s. 24-35.
6. Avdan O. G. Internet-brending jak faktor konkurentospromozhnosti ukraïns'kih pidpriєmstv [Elektronnij resurs]/ O. G. Avdan // Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciї. - 2013. - №1(9) – Rezhim dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/avdan.htm
7. Zaharova K. V. Vikoristannja suchasnih informacijnih tehnologij v turistichnij galuzi Krimu [Elektronnij resurs] / K. V. Zaharova – Rezhim dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/zaharova.htm
8. Seminozhenko V. Nauka – ce ne periferija derzhavnoї politiki, a її avangard / V. Seminozhenko // Urjadovij kur'єr. – 2010. – 22 chervnja. – № 112. – S. 14.