

УДК 338.48

Глєбова А.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму і адміністрування
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка

ІНФОРМАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

INFORMATION AND INNOVATION TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF TOURIST SERVICES

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено теоретико-практичні аспекти використання інформаційних технологій у туристичній галузі. Охарактеризовано основні напрями використання інформаційних технологій як інновацій на туристичних підприємствах, що дає змогу формувати конкурентні переваги. Досліджено практику впровадження окремих інформаційно-інноваційних технологій в Україні. Обґрунтовано доцільність розвитку інформаційно-інноваційних технологій у туризмі та необхідність їх типізації (класифікації). Систематизовано та запропоновано доповнення до класифікації інформаційно-інноваційних технологій у туристичній галузі.

Ключові слова: інформаційні технології, інновації, туризм, процес управління, туристичні послуги.

АННОТАЦИЯ

В статье проведено исследование теоретико-практических аспектов использования информационных технологий в туристической отрасли. Охарактеризованы основные направления использования информационных технологий как инноваций на туристических предприятиях, которые позволяют формировать конкурентные преимущества. Проведено исследование практики внедрения отдельных информационно-инновационных технологий в Украине. Обоснована целесообразность развития информационно-инновационных технологий в туризме и необходимость их типизации (классификации). Систематизированы и предложены дополнения к классификации информационно-инновационных технологий в туристической отрасли.

Ключевые слова: информационные технологии, инновации, туризм, процесс управления, туристические услуги.

ANNOTATION

In the article the theoretical and practical aspects of information technology in the tourism industry. Characterized main areas of information technology as an innovation in tourism enterprises that allows you to create a competitive advantage. Investigated the practice of implementing certain information and innovative technologies in tourism and the need for typing (classification). Systematized and additions proposed classification of information and innovative technologies in the tourism industry.

Keywords: information technology, innovation, tourism, the management of tourist services.

Постановка проблеми. Однією зі сфер широкого застосування комп'ютерних інформаційних технологій є туристичний бізнес, який належить галузям економіки, 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 забез-

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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ефективного використання інформаційно-інноваційних технологій у туризмі присвячено наукові розробки вітчизняних та закордонних учених, серед яких: С. Арімов, В. Балута, О. Виноградова, О. Губанова, А. Демаш, І. Зорін, Г. Галузинський, М. Єфремов, М. Желені, В. Квартальнова, А. Левкова, С. Мельниченко, Г. Папирян, М. Скопень, Т. Ткаченко та ін. Однак, на нашу думку, дана проблема через свою новизну є розкрита і досліджена не повною мірою, адже інформаційно-інноваційні технології постійно розвиваються і вдосконалюються.

Мета статті полягає у дослідженні сутності інформаційно-інноваційних технологій у туризмі та визначенні напрямів їх подальшого розвитку у вітчизняній практиці господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. 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.

Нині в туризмі пропонується використовувати досить велику кількість новітніх комп'ютерних технологій для вирішення різноманітних завдань і підвищення якості послуг у цій галузі. Наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, смарт-картки, інформаційні системи менеджменту та ін. направлені на розвиток ринку туристичних послуг та туристичної інфраструктури, що сприяє розвитку гостинності в різних країнах світу. Зокрема, на сучасному етапі досить складно уявити процес просування (розповсюдження, продаж) туристичних послуг без інформаційних технологій. Так, у рекламі туристичних послуг найбільшого

поширення набула пряма розсилка (direct-mail) туристичної інформації по електронній пошті. В останні роки більшість туристичних підприємств створюють свої власні сайти в Інтернеті. В інших країнах світу вже існують електронні туристичні офіси, наприклад турбюро «експедитора» фірми Microsoft, що дають змогу будь-якому власнику кредитної картки придбати тур, забронювати місце на літак або в готелі, придбати квитки на видовищні заходи і замовити напрокат автомобіль у будь-якій точці Земної кулі [11]. Музеї, міста створюють власні сайти і віртуальні тури, що, з одного боку, сприяє зростанню доступності туристичних об'єктів, а з іншого – сприяє вирішенню низки нагальних проблем. Зокрема, це зменшення навантаження на екологію та нівелювання сучасних ризиків фінансової кризи 2008 р., на соціально-економічне становище окремих країн світу.

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. 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 [4]. Однак численні дрібні фірми пропонують власні розробки у даному напрямі (табл. 1).

У мережі Інтернет найбільш популярні бронювання:

- 1) авіаквитків, що дає туристу змогу визначити 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;
- 3) турів, які можливо забронювати через Мережу. Причому останнім часом клієнти мають можливість самостійно сформулювати тур за своїм смаком напряму через Інтернет:

Таблиця 1

Глобальні системи бронювання [2]

	Європа	Північна Америка	Південна Америка	Австралія Нова Зеландія	Південно-Східна Азія	Ближній Схід	Японія	Південна Корея	Китай	Росія
Abacus					+					
Amadeus	+	+		+	+					+
Apollo		+	+				+			
Axess							+			
Galileo	+			+						+
INFINI							+			
KIU			+							
Sabre	+	+								
Sirena										+
Topas								+		
Travelsky									+	
Worldspan	+	+				+				

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. Зокрема, у 2015 р. Компанія Google запустила проект Performing Arts, що представляє собою віртуальні тури відвідування відомих театрів з оглядом у 360 градусів, що створює ефект присутності. Google Cultural Institute дає шанувальникам театру і музики змогу віртуально відвідати, зокрема, нью-йоркський концертний зал Карнегі-хол, Берлінську філармонію, британську Королівську шекспірівську компанію і Муніципальний театр Сан-Паулу. Performing Arts є частиною проекту Cultural Institute, у рамках якого можна познайомитися з музейними колекціями, відвідати онлайн-виставки та здійснити віртуальний похід у театр.

Таким чином, сформувалися реальні передумови для швидкого розвитку економік країн, де туризм відіграє важливу роль (Туреччина, Греція, Єгипет тощо). Водночас перед науковцями постала проблема оцінки ефективності інформаційних технологій у туризмі для усунення кризових ситуацій, які набули поширення після світової фінансової кризи 2008 р. Зокрема, на думку І. Юхимчук, нині існує низка проблем у розвитку туристичної галузі в Україні, а саме: низький рівень розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; відсутність баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни; обмеженість інформації та реклами туристичного продукту на міжрегіональному, національному та міжнародному ринках; недосконалість механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму і зовнішнього середовища за допомогою віртуальної мережі; низький рівень розвитку віртуальних туристичних підприємств; відсутність державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи. В Україні нараховують від 3,8 до 10 млн. користувачів Інтернету, що становить від 8% до 22% жителів України. А за даними internetworldstats.com, наприклад, у США користуються глобальною мережею Інтернет 69,6% населення країни, у Німеччині – 61,3%, у Великобританії та Франції – 50,3%, Польщі – 29,9% та в Росії – 16,5%. Загалом 50,9% жителів ЄС користуються Всесвітньою павутиною. Саме тому питання розвитку інформаційних технологій у туризмі дуже актуально для українських туристичних фірм в умовах глобалізації економіки [14]. Доцільно, на нашу думку, систематизувати передусім усі види інформа-

ційних технологій. Зокрема, М.П. Мальська пропонує розділити всі інформаційні системи в туризмі на групи.

1. За технологічно-топологічними ознакою на такі класи:

1.1. системи, створені в середовищі локальних обчислювальних мереж, які забезпечують діяльність підрозділів туристичних фірм, розташованих в одній будівлі, без автоматизації їхньої зовнішньої взаємодії з використанням інформаційних каналів. Мережевий варіант побудови припускає одночасне звернення до центральної бази (чи баз, у тому числі з описом турпродукту) декількох користувачів, які працюють із різних автоматизованих робочих місць. Бази даних розташовуються на центральній, досить могутній, мережевій машині – сервері, доступ користувачів з їхніх автоматизованих робочих місць забезпечується мережевим устаткуванням і мережевою математикою, яка входить до стандартного набору мережевого забезпечення;

1.2. системи, які включають можливості програмних комплексів, описаних у п. 1.1, але додатково до них реалізується модемний зв'язок туроператора в пакетному режимі з відділами реалізації турпродукту чи турагентствами, а в окремих випадках – із постачальниками послуг, розташованими в інших районах (регіонах);

1.3. туроператорські системи, які базуються на використанні чинних чи новостворюваних глобальних телекомунікаційних мереж. У цьому разі основні файли (бази даних) про турпродукт тієї чи іншої фірми розміщуються в інформаційних центрах (вузлах) глобальної мережі, і для всіх користувачів мережі реалізується віддалений доступ до них у режимі он-лайн.

2. За функціональною ознакою:

2.1. основні технологічні системи, які забезпечують виконання замовлень клієнтів. У цих системах оператор діє за рахунок доступу до головних комп'ютерних систем резервування;

2.2. допоміжні системи, які автоматизують службові функції турфірм із формування документів: рахунків, ваучерів, квитків і путівників, а також взаєморозрахунки з головними комп'ютерними і транспортними системами;

2.3. системи управління, які актуалізують дані про діяльність фірм і надають керівникам інформацію, необхідну для ухвалення рішень [8].

О.Я. Слепцова і В.Я. Данилов пропонують поділити всі інформаційні технології в туризмі на три класи:

– спеціалізовані комп'ютерні технології (системи резервування і бронювання, програми автоматизації туристичних агенцій, програми автоматизації готелів, карти і картографування);

– комп'ютерні технології загального користування: мультимедійні технології, графічні редактори, текстові редактори та електронні таблиці, системи управління базами даних, мережеві інформаційні технології, CASE-технології.

На сьогоднішній день аудіовізуальні вивіски можуть працювати в єдиному комплексі з різними системами управління готелем. Одним натисканням на кнопку можна передавати інформацію до будь-якого приміщення готелю, де встановлений об'єкт Digital Signage: конференц-зал, лобі-бар, сад, СПА. Управляти дисплеями з усім контентом можна просто через веб-браузер на комп'ютері або планшеті. За допомогою систем управління Digital Signage готельні мережі можуть користуватися потужним інструментом публікації і контролем доступу користувачів. У такому разі персонал готелю отримує можливість легко публікувати шаблони і контент відповідно до індивідуальних прав доступу. Дисплей із контентом можна запланувати на місяці вперед або змінити за необхідності. Інтернет-стрічки оновлюються автоматично: розклад прибуття і вильоту літаків, прогноз погоди, міжнародні новини, курс валют [5].

Так, київський готель «Прем'єр Палас» у квітні 2012 р. встановив три цифрових лайтбокси і шість екранів у ліфтах, а через рік впровадив систему «Віртуальний консьєрж-сервіс». Щодня на дисплеях оновлюють інформацію про погоду, курси валют, акції в ресторанах і барах, а також транслюють іміджеву відеорекламу. Вдалий досвід мають готелі Van Der Valk.

Це мережа готелів і ресторанів у Нідерландах, Німеччині, Бельгії, Іспанії, США, Франції і на Карибах. Цифрова система вивісок в Van Der Valk допомогла зменшити обсяг витрат на папір і підтримувати природу. Завдяки використанню цифрових вивісок готель створив відточений, сучасний імідж. Значним досягненням є те, що нова система відображення інформації є досить простою і зрозумілою персоналу готелю, щоб підтримувати й оновлювати її самостійно. Застаріла інформація миттєво замінюється новою без шкоди навколишньому середовищу. За допомогою нової системи персонал витрачає набагато менше часу, координуючи розклад конференц-залів і готельні події [5];

– комп'ютерні технології для фінансового аналізу, планування і прогнозування (програмне забезпечення статистичного та економетричного аналізу, ГІС-технології, оболочка експертних систем, системи підтримки прийняття рішень, програми для маркетингового аналізу [11].

Зокрема, можна навести програмне забезпечення для підприємств туристичної сфери, що розробляється компанією «Парус-Запад»: «Парус-Підприємство», «Парус-Консультант», «Парус-Турагенство», «Парус-Готель», а також «Парус-Ресторан», «Парус-Лікувальний заклад», «Парус – менеджмент і маркетинг» [1].

Таблиця 2

Автоматизовані системи управління готелями [3]

АСУ готельних комплексів	Англомовний аналог	Основні представники
Система управління готелем	Property Management System (PMS)	Micros Fidelio, Lodging Touch LIBICA, Epitome PMS, Amadetis PMS, OPERA, Optima, Cenium, Nimeta, Едельвейс, Готель 3, KEI Hotel, UCS Sheiter, Парус-Готель, Галактика
Система управління рестораном	Point Of Sales (POS)	Epitome POS, InfoGenesis POS, Rkeeper, Micros, Парус-Ресторан, 1С: Підприємство 8: Ресторан
Система управління заходами	Sales & Catering (S&C)	Sky ware Hospitality Solutions Sales and Catering, OPERA Sales & Catering Full Service
Система телефонного сервісу	Telephone Management System (TMS)	Alcatel, Ericsson, Siemens, NEC, Definity? Meridian, GDX, Bosch, Panasonic
Система електронних ключів	Key System (KS)	VingCard, Timelox, TESA, CISA, Salto, Onity, Messerschmitt, Saflok, Inhova
Система електронних міні-барів	Mini bar System (MBS)	Fidelio Suite 8, Opera Property Interfaces
Система інтерактивного телебачення	Video Services System (VSS)	General Satellite, GuestLink
Система енергозбереження	Energy Management System (EMS)	StruxureWare software, Powerstar, Hotelstar
Система обробки кредитних карт	Credit Card Authorization system (CCAS)	Mercury Payment Systems, Tsys Acquiring Solutions, Heartland Payment Systems
Система складського обліку та калькуляції	Food & Beverage (F&B)	Quintiq, Libra F&B
Система фінансово-бухгалтерського обліку	Accounting System (AS)	Scala, Navision, 1С
Система центрального бронювання	Centrai Reservation System (CRS)	Amadeus, Sabre, Apollo, Galileo, Worldspan, Abacus, Infini, Core CRO
Система Інтернет-бронювання	Web Reservation System (WRS)	Genares, Pegasus IDS Systems
Система кадрового обліку	Human Resource System (HRS)	Faraon, mySAP HR, ScaiaHR, E-Staff, 1С
Система безпеки	Security System (SS)	Access Control Systems, 2-WAY 9000 Remote Start

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 (табл. 2): 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 Інтернет-бронювання (Web Reservation System); система кадрового обліку (Human Resource System); система безпеки (Security System).

У ресторанному бізнесі поєднання інформаційних та інноваційних технологій дає змогу не тільки утримувати основних клієнтів, але й залучати нових. Зокрема, результатом удалого поєднання інноваційних рішень і інформаційних технологій є таке:

1) створення електронного меню, що дало змогу адміністрації підвищити ефективність зв'язку між клієнтами і працівниками. При цьому прискорюється процес корегування й оновлення меню. Клієнти при цьому можуть самостійно підібрати з карти вин закладу вино

за ціною, роком, регіоном, букетом, а потім до нього – страву з місцевого меню; підрахувати калорійність тих чи інших страв; під час вибору страв відразу ж бачити остаточний чек замовлення; в очікуванні замовлення пограти в ігри, почитати новини, побродити по Інтернету;

2) розробка QR-коду – двомірного штрих-коду – відкрило нові необмежені можливості для взаємодії компаній і споживачів on-line. Аббревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вивісками В яскравому квадратику можна закодувати історію ресторану, походження, вік, авторство унікальні деталі інтер'єру, картин. Відвідувачі із задоволенням вивчать меню закладу з детальною інформацією про кожне блюдо: склад і походження інгредієнтів, етапи і способи обробки, поживність і калорійність. За допомогою QR-коду ресторан може повідомляти своїх клієнтів про акції, лотереї, розіграші, активізувати різноманітні програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування та швидко отримувати відгуки про ресторани від клієнтів [6]. Зокрема, QR-коди запроваджені для мережі ресторанів «Фест» («Криївка», «Майстерня шоколаду», «Масонська ложа», «Мазох-кафе», «Жидівська княпа», «Дім легенд», «Гасова лампа», «Біла Діани», «Трамвайчик», «Вар'яти»); закладів системи швидкого харчування («Кумпель», «Челентано», «Картопляна хата», «Яппі», «Пункт»); нічних клубів «Позитифф», «Метро»; а також готелів «Леополіс», «Жорж», «Євроготель», «Швейцарський», «Дністер», «Опера», «Озерний Край», «Цитадель Інн», що мають власні ресторани об'єкти [13].

Таким чином, результатом поєднання сучасних інформаційних технологій у туризмі дало змогу створити такі новації, як віртуальні подорожі та віртуальні консьєржі в готелях. Це, своєю чергою, сприяло виникненню професійних мандрівників, які створюють «нотатки для туристів» по різних країнах світу у вигляді відеороликів, письмових заміток тощо.

Нині до сучасних інноваційно-інформаційних технологій уважаємо 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 е-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.

Висновки. 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 турпослуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією та ін.).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- В'їзний туризм : [навч. посіб.] / П.Ф. Коваль, Н.О. Алешуґіна [та ін.]. – Ніжин : Лук'яненко В.В. – 2010. – 304 с.
- Височан О.С. Використання GDS-систем діяльності туристичних підприємств / О.С. Височан // Бізнес Інформ. – 2011. – № 6. – С. 78–82.
- Гудзовата О.О. Автоматизовані системи управління готелями / О.О. Гудзовата // Торівля, комерція, підприємництво. – 2013. – Вип. 15. – С. 94–98.
- Застосування інформаційних технологій у туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://it-tehnolog.com>.
- Інновації в гостиничному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://digitalsignage.ua/ru/2014/02/innovation-in-hotel-business/>.
- Інновації в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/2013/02/restaurant-innovation/>.
- Квартальнов В.А. Туризм : [учебник] / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – С. 145.
- Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : [підручник] / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
- Мельниченко С.В. Автоматизовані системи бронювання в туризмі / С.В. Мельниченко // Культура народів Причорномор'я. – 2008. – № 140. – С. 96–100.
- Скопєнь М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / М.М. Скопєнь. – К. : Кондор, 2005. – 302 с.
- 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.
- 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.
- Шалева О.І. Застосування інноваційних Інтернет-технологій у ресторанному бізнесі / О.І. Шалева // Торівля, комерція, підприємництво. – 2013. – Вип. 15. – С. 142–145.
- Юхимчук І. Технологічні аспекти впровадження інформаційних технологій у діяльності туристичного підприємства / І. Юхимчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua>.