

4. **Зубко, Г. Г.** Реформа державного управління [Електронний ресурс] / Г. Г. Зубко. – Режим доступу: <http://reforms.in.ua/index.php?pageid=Reform4> (дата звернення 07.03.2015 р.). – Заголовок з екрана.

5. **Клименюк, О. М.** Менеджмент та державне управління правоохоронною діяльністю [Текст] / О. М. Клименюк // Формування ринкової економіки: наук. зб. 2011. – № 24. – С. 170–176.

6. **Клименюк, О. М.** Напрями удосконалення механізму державного управління правоохоронною діяльністю [Текст] / О. М. Клименюк // Наук. вісн. АМУУ. Сер.: Управління. – 2012. – Вип. 1. – С. 231–239.

7. **Мельник, М. І.** Правоохоронні органи та правоохоронна діяльність [Текст]: навч. посіб. / М. І. Мельник, М. І. Хавронюк. – К.: Наука, 2012. – 319 с.

8. **Банчук, О.** Шанс на реформу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2015/02/2/7057226/?attempt=1> (дата звернення 01.03.2015р.). – Заголовок з екрана.

9. Международные стандарты ООН для органов по поддержанию правопорядка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ohchr.org/Documents/Publications/training5Add1ru.pdf> (дата обращения 08.03.2015 г.). – Загл. с экрана.

10. Соглашение с ЕС по реформированию милиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://news.liga.net/news/politics/4980379ada_ratifitsirovala_soglashenie_s_es_po_reformirovaniyu_militsii.htm (дата обращения 01.03.2015 г.). – Загл. с экрана.

11. Створена нова неурядова організація правозахисного спрямування – Центр досліджень правоохоронної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ccl.org.ua/news/ctvorena-nova-pravozahisna-go-tsentr-doslidzhen-pravoohoron-noyi-diyalnosti/> (дата звернення 04.03.2015р.). – Заголовок з екрана.

12. **Ющик, О. І.** Правова реформа: загальні поняття, проблеми здійснення в Україні / О. І. Ющик. – К.: Преса, 2012. – 221 с.

Надійшла до редколегії 10.03.15

УДК: 339.1

Є. А. Фалько

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна
**НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОЇ
ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Проаналізовано наукові джерела з питань розвитку туристичного бізнесу в умовах глобалізації. Виявлено вплив інтернаціоналізації, транснаціоналізації, економічної інтеграції та глобалізації ринків на розвиток міжнародного туристичного бізнесу. Доведено, що інформатизація туристичного бізнесу набула глобальних ознак. Уперше теоретично обґрунтовано сутність процесу глобальної інформатизації туристичного бізнесу, завдання, об'єкт і напрями розвитку. Зроблено висновок про тенденцію до монополізації глобального інформаційного середовища туристичного бізнесу.

Ключові слова: глобалізація, глобальний ринок, інтернаціоналізація туристичного бізнесу, інформатизація туристичного бізнесу, наслідки.

Проанализированы научные источники по вопросам развития туристического бизнеса в условиях глобализации. Выявлено влияние интернационализации, транснационализации, экономической интеграции и глобализации рынков на развитие международного туристического бизнеса. Доказано, что информатизация туристического бизнеса приобрела глобальные признаки. Впервые теоретически обоснована сущность процесса глобальной информатизации туристического бизнеса, задания, объект и направления развития. Сделан вывод о тенденции к монополизации глобальной информационной среды туристического бизнеса.

Ключевые слова: глобализация, глобальный рынок, интернационализация туристического бизнеса, информатизация туристического бизнеса, последствия.

It was analyzed the scientific sources on tourist business development in the context of globalization. It was revealed the impact of internationalization, transnationalization, economic integration and globalization of markets on international travel industry. Informatization of the travel business proved to have taken global characteristics. The essence of the process of global travel business informatization, the aim, and directions of the development are theoretically proved. The conclusion about the tendency to monopolization of the global information environment of travel business is done.

Key words: globalization, the global market, the internationalization of tourism businesses, the informatization of tourism business, consequences.

Вступ. Глобальна економіка розширяє просторові та часові параметри діяльності туристичного бізнесу як реального сектора національної економіки за рахунок створення нових інформаційних туристичних продуктів. Формується новий сектор економіки – віртуальний, у якому туристичні компанії і споживачі туристичних послуг інтерактивно взаємодіють за допомогою Інтернету, який став своєрідним віртуальним посередником. Глобальна інформатизація, характерна для останніх десятиліть, сприяла розширенню сегментів ринку туристичних послуг і посиленню впливу туристичного бізнесу на макроекономічні показники національних економік. Провідні науковці визнали інформатизацію складником процесу глобалізації, а проблему розвитку і наслідків впровадження інформаційних технологій безпосередньо пов'язують із техноглобалізмом і теоріями інноваційного розвитку світової економіки.

Питання інформатизації суспільства та розвитку інформаційних технологій – окремих напрямків науково-теоретичних досліджень. У сучасних умовах формується нова модель функціонування багатьох видів послуг і туристичних зокрема на основі застосування інформаційних технологій і комп'ютерної техніки, що суттєво змінює продукт туристичних послуг. Дослідження особливостей застосування новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризмі в цілому здійснювали багато науковців.

Г. П. Глузинський, С. В. Мельниченко, В. А. Квартальнов акцентують увагу на ролі інформаційних технологій у міжнародному менеджменті та маркетингу [1–3]. В. С. Готинян, А. В. Семененко, О. В. Томченко та інші характеризують можливості застосування сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі, їх переваги й недоліки із позиції прaxeології [4].

У фаховій літературі глобалізацію розглядають як складний, багатоаспектний, багаторівневий процес із різними наслідками. У наш час відбувається якісне перетворення світу, зокрема, зміна технологічних та економічних засобів виробництва і поглядів людей на цінності цивілізаційного розвитку. Причому, як відзначає О. Л. Гапоненко, «у економіці глобалізація проявляється передусім у тому, що: збільшується абсолютний і відносний рівень світової торгівлі товарами і послугами, а також пересування капіталу і робочої

сили; відбувається злиття ринків, організацій і виробничих ланцюжків; економічні мережі держав стають усе більш прозорими...» (тут і далі переклад наш. – Є.Ф.) [5, с. 15].

Л.М. Побоченко виділяє основні глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму:

- формування глобального ринку туристичних послуг, загострення конкуренції та інтенсифікація процесів транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних союзів;

- лібералізація національних туристичних ринків, розширення доступу країн, що розвиваються, на міжнародний туристичний ринок;

- інформатизація, інноватизація та диверсифікація надання міжнародних туристичних послуг;

- загострення регіональних соціокультурних й екологічних проблем у галузі міжнародного туризму, актуалізація впровадження моделі його сталого розвитку [6, с. 18].

Т. В. Черевичко доводить, що глобальна інформаційна економіка створює об'єктивні умови для нових підходів в організації інноваційного процесу в туристичному бізнесі, який зміщується з матеріальної у сферу інтерактивних моделей [7]. На наш погляд, слід урахувати не лише розвиток моделей бізнесу, але й процеси глобалізації у сфері інформаційних систем, що забезпечують комунікації міжнародного туризму.

Проблематично дати єдине, вичерпне, однозначне визначення теоретичних засад розвитку інформатизації туристичного бізнесу в умовах глобалізації, яке б охоплювало всі аспекти цього надзвичайно складного явища, що має загальносвітові масштаби та специфічні регіональні й локальні прояви. Важливою науковою проблемою є визначення характеру глобалізаційних процесів – їх об'єктивності чи суб'єктивності. Окремі дослідники трактують глобалізацію як змову певних політико-фінансових груп, транснаціональних компаній, як соціальне лихо. Проте більшість учених розглядають глобалізацію як об'єктивний і невідворотний процес суспільного розвитку, як об'єктивне явище, що не залежить від волі та рішень окремих людей. Науково-теоретичні засади дослідження сучасних тенденцій інформатизації туристичного бізнесу в координатах глобального процесу потребують подальшого вивчення.

Процес глобалізації – закономірний етап еволюції світового господарства як інтегрованої складної системи, що самоорганізується і суттєво впливає на розвиток міжнародних ринків.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є теоретичне обґрунтування сутності інформатизації туристичного бізнесу під впливом сукупних процесів, що характеризують глобалізаційний розвиток світової економіки.

Результати. Глобалізація стала одним із основних факторів структурних змін у міжнародному туризмі, які супроводжуються концентрацією частини ринку, а отже, і впливу у великих компаніях. Для процесів глобалізації на туристичному ринку характерні зміна технологій, модернізація транспортної інфраструктури, інтернаціоналізація ділової активності, створення механізму регулювання міжнародного туризму.

У міжнародному туризмі можна спостерігати тенденцію до формування глобального ринку туристичних послуг, на якому інтенсифікуються процеси горизонтальної та вертикальної транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних союзів через загострення конкурентної боротьби між

основними агентами. Глобалізація головних світогосподарських зв'язків і процесів зумовлює посилення конкуренції між країнами, регіонами та суб'єктами міжнародних ринків. «Глобалізація, тобто загальносвітове посилення відкритості і взаємозалежності країн, регіонів, підприємств і співтовариств людей, є однією з провідних тенденцій сучасного соціально-економічного розвитку. Вона проявляється у різних сферах: в економічній, політичній, екологічній, культурній...» [8, с. 315].

Країни з розвиненими ринками й економікою мають кращі можливості для вдосконалення, а також генерування та імплементації інноваційних технологій і рішень. А країни із трансформаційною економікою чи бідні держави не можуть використовувати усі новітні засоби для модернізації своїх ринків або ж роблять це дуже повільно. Це стосується і ринків інформаційних технологій і туристичного бізнесу. У деяких країнах можемо спостерігати стрімкий розвиток обох цих ринків, інші ж держави мають низький рівень розвитку даних сфер чи однієї з них.

Т. І.Ткаченко на основі компаративного аналізу виділяє характерні ознаки сучасного туристичного бізнесу як об'єкта наукового дослідження: «по-перше, у туризмі тісно взаємопов'язані інтереси розвитку суспільних (економічних, управлінських, соціальних, правових, психологічних), географічних, біологічних, історичних та педагогічних наук; по-друге, специфіка туристичної сфери, а саме її багатоплановість, міжгалузевий характер функціонування обумовлюють дуалістичний характер підприємницької діяльності, оскільки туризм одночасно існує як зовнішня, так і внутрішня соціально-економічна система; по-третє, недостатня аргументованість термінологічної конструкції засадничих понять туризму, які відображають особливості господарської діяльності та визначають ознаки класифікації професійних суб'єктів у туризмі, насамперед, впливає із правової невизначеності» [9, с. 8].

Туризм як специфічний вид діяльності взаємопов'язаний із багатьма галузями економіки, починаючи з будівництва і закінчуючи транспортними перевезеннями. Досить важко дати точну оцінку кількості підприємств, зайнятих у сфері туризму. Крім того, туристичні підприємства підтримують різноманітні зв'язки з підприємствами інших секторів економіки: сільськогосподарськими підприємствами, заводами з виробництва транспортних засобів, меблевими фабриками тощо.

За оцінками науковців, «важливою передумовою розвитку інформаційних технологій у міжнародному туристичному бізнесі є процес міжнародної економічної інтеграції» [10, с. 27]. Представник пізнього неолібералізму американський учений В. Балаш (1928 – 1991), характеризуючи економічну інтеграцію, указує на те, що її результатом «є відсутність деструктивних дій з боку держав, які утискають свободу дій приватного бізнесу, в тому числі свободу монополізації ринку» [Там само, с. 29]. Економічна інтеграція, яка сприяє зближенню і взаємодії національних господарств і формуванню регіональних економічних груп, розвивається там, де для цього склалися необхідні умови.

Французький економіст А. Маршалл по-іншому трактує поняття інтеграції: «Інтеграція, яку тлумачать як відсутність дискримінації у міжнародній торгівлі й переміщенні факторів виробництва, – це ще не інтеграція. Сучасна інтеграція – це інтеграція національних економік, а не інтеграція ринків» [Там само, с. 32]. На прикладі Європейського Союзу доведено ефективність інтеграційної моделі, у якій застосовано нові принципи міждержавних відносин, згідно з якими національний суверенітет кожної з держав органічно пов'язаний із колективними зобов'язаннями

та спільними діями. Європейська інтеграція – стратегічна мета України, «яка прагне розбудови цивілізованої правової держави, створення демократичного суспільства, обумовлене сучасними реаліями та вимогами об'єктивних суспільно-економічних і політичних законів розвитку» [11, с. 12].

У дослідженнях науковців немає однозначності в оцінках існуючих теорій щодо ролі та сутності економічної інтеграції. Л. С. Сардарян доводить, що інтегруючою силою в рамках того чи іншого простору можуть бути не тільки державні структури, які утворюють мережу формальних угод та інститутів, але й недержавні гравці; корпорації, неформальні торговельні мережі й недержавні джерела норм і правил.

Формування глобального ринку відбувається за рахунок транснаціоналізації та зростання рівня взаємозалежності країн. Подібні процеси характерні й для туристичного сектора світового господарства, про що свідчать формування глобального ринку туристичних послуг, «розмивання» національно-державних економічних кордонів, транснаціоналізація міжнародних туристичних відносин, формування яскраво виражених регіональних полюсів впливу на фінансові потоки у даній галузі.

Термін «глобальний ринок» означає, що національні кордони та специфіка національного туристичного продукту другорядні в діяльності провідних транснаціональних корпорацій [13, с. 109]. Практично всі складники глобального туристичного ринку мають подібні риси, а туристичні продукти виробляють, просувають та реалізують на ньому за єдиними правилами і принципами. Фактично відбувається поступова конвергенція національних ринків туристичних послуг. У результаті використання переваг світового маркетингу, інтернаціоналізації ринків майже в кожній країні працюють одні й ті самі компанії-конкуренти. Крім того, важливою рисою глобалізації є інтернаціоналізація ділової активності. Ініціатива інтернаціоналізації виробництва в туризмі здебільшого походить від країн-постачальників туристів, яким вона приносить найбільшу вигоду. Більшість транснаціональних корпорацій у туризмі є центрами фокусування міжнародних фінансів, розміщених у країнах так званої тріади: США – Західна Європа (Німеччина, Франція, Велика Британія) – Японія, а з недавнього часу і Гонконг. Географія розміщення штаб-квартир ТНК підтверджує той факт, що інтернаціоналізація туристичного бізнесу починається у країнах, які генерують туристські потоки й здійснюють зарубіжне інвестування. Процеси транснаціоналізації і глобалізації у міжнародному туристичному бізнесі найяскравіше виражені в індустрії гостинності, у якій вони набувають форми готельних ланцюгів і мереж (Bass Hotels and Resorts, Best Western, Marriott), а також у великих ТНК у формі міжнародних туристичних туроператорів та авіакомпаній [Там само, с. 44].

Причиною інтернаціоналізації туристичного бізнесу є своєрідність турпродукту. Турпродукт, як відомо, являє собою комплекс послуг, які надають туристу, і, як правило, споживають за кордоном. Виробник для отримання максимального прибутку прагне поширити свій вплив на інші сфери туризму. Так, авіакомпанії можуть об'єднуватись із туроператорами і готельним сектором. Ініціатива часто йде від фірм, розміщених у країнах-постачальниках туристів, які отримують конкурентні переваги в результаті вивчення туристського попиту і тенденцій розвитку на туристському ринку. У глобальних інтеграційних процесах активну роль відіграють ТНК. Їх утворенню сприяють процеси концентрації виробництва і централізації капіталу.

Останнім часом значно збільшилися кількість і розміри туристичних ТНК. Серед них переважають американські корпорації, які проводять глобальну політику експансії не лише у сфері готельного господарства, а й, зокрема, громадського харчування [14, с. 112].

Глобалізація за своїм змістом є процесом, що визначає збільшення взаємозалежності національних економік, взаємовпливовості соціально-економічних явищ, які відбуваються у різних регіонах світу. Глобалізація – це «економічне, інформаційне, технологічне об'єднання світу» [15, с. 11]; «процес інтеграції людства у всіх сферах життя на основі інформаційних технологій, транснаціональних фінансових і економічних інститутів, синкретизму соціокультурних нововведень» [16, с. 12]; «перетворення людства на єдину структурно-функціональну систему, організовану за універсальними принципами» [17, с. 261].

Економічні реалії сучасного туристичного бізнесу свідчать про становлення нових закономірностей його розвитку, які потребують постійного поглиблення й удосконалення існуючих теорій. Розвиток туристичного бізнесу шляхом поширення сфери послуг неможливий без підприємницької ініціативи і зміни бізнес-моделей. Сучасне туристичне підприємство можна вважати колективним підприємцем, який має достатньо широку самостійність, доступ до ресурсів, здатен до нововведень, може вільно вибирати напрями своєї господарської діяльності залежно від кон'юнктури ринку, власних можливостей, тиску конкурентів, громадськості, державного регулювання. При цьому більшість дослідників проблеми активізації підприємницької діяльності наголошують тільки на отриманні прибутку, розглядаючи це як кінцеву мету підприємництва. Не відкидаючи даних концептуальних положень, зауважимо, що доцільно акцентувати і на максимізації отримання прибутку, і на максимальному задоволенні потреб споживачів послуг на основі впровадження інновацій.

Слід відзначити тенденцію ускладнення туристичних товарів та послуг через інформатизацію середовища, оскільки зараз за індивідуальними замовленнями можна замовити такі послуги і товари, як придбання квитків, бронювання авто та готелів, дистанційний екскурсійний супровід, моніторинг стану рахунку тощо. Глобальні процеси планетарного масштабу змінили усталене уявлення про специфіку ведення туристичного бізнесу: офісом може бути салон автомобіля, вагон потяга, власний дім, борт літака. До світової інформаційної системи можна підключатися цілодобово, використовуючи мобільний телефон, персональний комп'ютер. Економіка стає відкритою у глобальному масштабі, її інформаційну інфраструктуру визначає глобальний телематичний комплекс [18].

Для своєчасної і ефективної реакції на турбулентний характер розвитку ринків туристичних та інформаційних послуг підприємствам туристичного бізнесу необхідні стратегічне передбачення і новітній арсенал управлінських інструментів стратегічного аналізу. Потрібні теоретичне обґрунтування і методологічне переосмислення стратегічного розвитку підприємств туризму за результатами якісних і кількісних змін у системі їх організації та управління [9, с. 5–6].

За допомогою сучасних інформаційно-технологічних комунікацій, із розвитком електронної торгівлі значну кількість трансакцій здійснюють у режимі он-лайн, що фактично зближує територіально віддалені країни. У процесі споживання подібних товарів і послуг, застосування даних технологій формуються подібні інтереси, погляди людей, уніфікуються економічні та соціокультурні процеси. Проте відбувається поглиблення поляризації світової економіки щодо

розподілу прибутків, доступу до сучасних інформаційно-технологічних засобів. Цілі країни та регіони опиняються поза глобальними мережами. Посилюється нерівномірність соціально-економічного розвитку країн, відбуваються деформації в їх спеціалізації у міжнародному поділі праці [6, с. 15].

В умовах інформатизації глобального масштабу змінюються всі складники туристичного бізнесу, який є єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристичного продукту для задоволення попиту на туристичні послуги. Він охоплює чотири основні елементи: виробництво туристичних послуг; комплектування туристичного продукту; реалізація туристичного продукту або окремої послуги; споживання туристичного продукту (послуги) [19, с. 13]. Глобалізація світової економіки сприяє розвитку інформатизації, поширенню інформаційних технологій та розширенню доступу до них усе більшої кількості туристичних підприємств і туристів у різних країнах світу і є передумовою змін на всіх рівнях управління туристичною галуззю, тобто спостерігається процес глобальної інформатизації туристичного бізнесу.

Таким чином, глобальна інформатизація туристичного бізнесу – це процес системної інтеграції комп'ютерних засобів, інформаційних і комунікаційних технологій у глобальному інформаційному просторі для отримання нових загальносистемних властивостей, що дозволяють ефективно організувати виробництво туристичних послуг, комплектування, реалізацію і споживання туристичного продукту з його максимальною індивідуалізацією в просторі й часі. При цьому важливою умовою є поступовість, поетапність і еволюційність змін на всіх етапах формування, реалізації і споживання туристичних послуг.

Під об'єктом глобального процесу інформатизації туристичного бізнесу слід розуміти сукупність систем інформаційних ресурсів, технологій, засобів, застосованих для виробництва туристичних послуг, комплектування, реалізації і споживання туристичного продукту. Розвиток інформатизації – передумова зміни виробництва послуг, способу життя населення та системи цінностей: особливу цінність набуває вільний час, інтелект, знання. Змінюються матеріальна і технологічна основи туристичного бізнесу, важливого значення набувають різні керувальні й аналітичні інформаційні системи, створені на основі ІТ-технологій та інтернет-мереж. Інформатизація туристичного бізнесу необхідна для створення високотехнологічних продуктів, здатних підвищувати прибутковість бізнесу за рахунок нової глобальної якості. Це відкриває додаткові можливості для малих і середніх туристичних підприємств позиціонувати себе у світовій інформаційній мережі, пропонуючи унікальні або індивідуально орієнтовані туристичні продукти. А отже, інформаційні технології докорінно змінюють туристичну галузь, особливо в області просування, маркетингу, диференціації і спеціалізації туристичних продуктів.

Глобалізація міжнародного туризму має і негативні прояви, серед яких спалахи захворювань та епідемій у різних регіонах світу, екологічні катастрофи й загрози терористичних актів. І хоча більшість із цих проблем має регіональний характер, глобалізація потребує реагування на них всієї світової туристичної галузі. Крім того, певні ризики містить і сам процес інформатизації суспільства – протиріччя між обмеженими можливостями людини щодо сприйняття й опрацювання інформації та існуючими могутніми потоками й масивами інформації, які інтенсивно зростають.

Висновки. Глобальна інформатизація туристичного бізнесу обумовлює зміну інституціональних основ управління та регулювання міжнародного туризму, є передумовою структурних змін на ринку туристичних послуг. Інформатизація – це не стільки технологічний, скільки соціальний і навіть культурологічний процес, пов'язаний зі значними змінами в способі життя населення. Такі процеси потребують докладання серйозних зусиль не тільки в туристичній сфері, але і всього співтовариства користувачів інформаційно-комунікаційних технологій на багатьох напрямках, включаючи ліквідацію комп'ютерної неграмотності, формування культури застосування нових інформаційних технологій та ін. Основною метою розвитку має стати пошук нових шляхів, які забезпечували б прогрес людства не тільки в окремих регіонах і на короткостроковий період, а у глобальному просторі на тривалу перспективу.

Дослідники виділяють два основні теоретико-методологічні підходи до визначення інформатизації суспільства. Перший – технократичний, сутність якого полягає у визначенні інформаційних технологій як засобу підвищення продуктивності праці і їх застосування обмежене в основному сферами виробництва і управління. Другий підхід – суспільний, який ґрунтується на тому, що інформаційну технологію слід розглядати як важливу частину людського життя, яка має значення не тільки для виробництва, але і соціальної сфери. У процесі дослідження глобальної інформатизації туристичного бізнесу слід урахувати два підходи. Масштаб процесу інформатизації науковці розглядають як у межах глобального розвитку суспільства, так і локально: у межах окремих ринків, територій, корпорацій, галузей економіки. Новизною роботи є те, що під час визначення поняття «глобальна інформатизація туристичного бізнесу» враховано, по-перше, ознаки глобалізації економіки туристичного бізнесу і, по-друге, процеси конвергенції та лібералізації національних туристичних ринків.

Результати проведених досліджень – важливий засіб обґрунтування розвитку туризму та його інформатизації.

Сьогодні можна спостерігати процес монополізації інформаційного простору шляхом створення глобальних розподільчих систем, які концентрують міжнародні грошові потоки від надання туристичних послуг і формують фінансову політику здійснення трансакцій у сфері туристичного бізнесу. Крім того, розвиток міжнародного туристичного бізнесу сьогодні залежить не лише від застосування інформаційних технологій, але й має ознаки дифузії та інтеграції різних видів послуг і виробництв, які безпосередньо чи опосередковано формують глобальні ресурси туристичних послуг. Виявлені тенденції в інформатизації туристичного бізнесу вивчені недостатньо та потребують подальшого дослідження.

Бібліографічні посилання

1. **Квартальнов, В.А.** Туризм [Текст] / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
2. **Мельниченко, С.В.** Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти [Текст] / С. В. Мельниченко // Вісн. Запорізь. нац. ун-ту. – 2010. – №2(6). – С.129–138.
3. **Пінчук, Н. С.** Інформаційні системи і технології в маркетингу [Текст] / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. – К., 2005. – 352 с.
4. **Готинян, В. С.** Можливості WEB- та ПС/ДЗЗ-технологій в туризмі / В. С. Готинян, А. В. Семененко, О. В. Томченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/gotyanyan.htm. – Заголовок з екрана.

5. **Гапоненко, А.Л.** Глобализация и информатизация экономики [Текст] / А.Л. Гапоненко // Политико-экономические системы мира. – СПб., 2008. – С. 12–17.
6. **Побоченко, Л.М.** Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку [Текст] : дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук / Побоченко Л. М.. – К., 2008. – 255 с.
7. **Черевичко, Т.В.** Интерактивность туристских предприятий как условие глобализации туристского рынка [Электронный ресурс] / Т. В. Черевичко – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/cherevichko3.htm – Загл. с экрана.
8. **Трифонова, О.Д.** Глобалізаційно-інформаційні детермінанти розвитку фондових ринків [Текст] / О.Д. Трифонова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. тр. – Донецк, 2011. – Т. 2. – С. 315–320.
9. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу [Текст]: монографія / Т. І. Ткаченко [та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг. - екон. ун-т, 2010. – 596 с.
10. Менеджмент європейської економічної інтеграції [Текст]: підручник / С.М. Писаренко [та ін.]; за ред. С.М. Писаренко. – К. : Знання, 2012. – 373 с.
11. **Мешко, Н. П.** Розвиток аеронавігаційного обслуговування як напрям економічної інтеграції України [Електронний ресурс] / Н. П. Мешко, А. А. Гальченко. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2685> – Заголовок з екрана.
12. **Жолдак, В. І.** Менеджмент спорта и туризма [Текст] / В. И. Жолдак, В. А. Квартальнов. – М. : Сов. спорт, 2001. – 416 с.
13. **Ткаченко, Т. І.** Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу [Текст] : монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
14. **Хільчевська, І. Г.** Діяльність ТНК у сфері туризму в умовах глобалізації світового господарства [Текст] / І.Г. Хільчевська // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети. Матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. 9 листоп. 2012 р. – Х., 2012. – 265 с.
15. **Волконский, В. А.** Драма духовной истории : внешнеэкономические основания экономического кризиса [Текст] / В.А. Волконский. – М. : Наука, 2002. – 262 с.
16. **Баранов, Н. А.** Дилеммы глобальной демократизации [Текст] / Н. А. Баранов // Вызовы глобализации в начале XXI века. – М., 2006. – С. 12.
17. Управління людськими ресурсами: філософські засади [Текст]: [навч. посіб.] / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О. М. Попов, Н. О. Резанова ; під ред. В. Г. Воронкової. – К. : Професіонал, 2006. – 567 с.
18. Тенденції розвитку інформаційних технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1379091247739/informatika/tendentsiyi_rozvitku_informatsiynih_tehnologiy – Заголовок з екрана.
19. **Jones, M. T.** Globalization and organizational restructuring : a strategic perspective [Text] / M. T. Jones // Thunderbird International Business Review. – 2002. – № 44 (3). – P. 325–351.

Надійшла до редколегії 21.04.15