

2. U.S. Energy Information Administration / International Energy Outlook 2013. EIA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eia.gov/forecasts/aeo/pdf/0383%282013%29.pdf>.

3. Statistical Review of World Energy 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bp.com>.

4. Энергия и энергоресурсы в глобальной экономике : учебное пособие / И. А. Максимцев [и др.]; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Г. Ковалева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 167 с.

5. Асоціація «KAZENERGY» Мировой рынок энергетики: Трансформация трендов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kazenergy.com/ru/6-50-2011/3762-2012-01-31-10-33-49.html>.

6. International Energy Agency / World Energy outlook 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eia.gov/forecasts/ieo/pdf/0484%282013%29.pdf>.

7. Институт энергетической стратегии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.energystrategy.ru](http://www.energystrategy.ru)

**СТЕПАН ХРОМИШИН**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., ст. викладач Карась О. С.**

## **ОСНОВНІ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

За останні роки величезний вплив на розвиток туристичного бізнесу належить Інтернет-технологіям за допомогою яких у глобальній павутині розміщена інформація присвячена зростанню туристичної індустрії, різні сайти туристичних фірм, агентств, пансіонатів, санаторіїв, готельних комплексів, баз відпочинку.

За визначенням яке дає М. А. Морозов, «Інтернет – це всесвітня комп'ютерна мережа, що дає змогу користувачам з різних куточків планети здійснити обмін інформації і спільно використовувати комп'ютерні ресурси» [1, с. 30].

А. Д. Чудновський трактує: що мережа Інтернет – сукупність вузлів які поєднані між собою за допомогою каналів зв'язку. Кожний вузол – це один або декілька масивних комп'ютерів-серверів, які в основному працюють за допомогою операційної системи UNIX. Часто ці комп'ютери називаються головними, або хост-комп'ютерами. Управляє вузлом або підмережею вузлів організація-власник, яка називається провайдером. До серверів здійснюють підключення безліч споживачів. Провайдери, які здійснюють це підключення, надають користувачеві платно або безкоштовно ряд послуг: доступ до інформації, можливість користування електронною поштою, обміну інформацією в режимі реального часу та ін. [2, с. 47].

Інтернет є найбільш перспективнішою галуззю у просуванні туристичних продуктів, через, що сучасний Інтернет є великим конкурентоспроможним ресурсом. Кожного року кількість користувачів і відвідувачів стрімко зростає, реклама в Інтернет мережі є не дуже затратною і при цьому є наймобільнішим і оперативним способом передачі тієї інформації яка потрібна для окремо взятого споживача туристичних послуг.

У бізнесі туристичного господарства послугами Інтернет користуються туристи, туроператори, турагентства та постачальники туристичних послуг. Споживач шукає в мережі інформацію про туристичну фірму, країну або окремі послуги. Для одержання найбільш точної інформації, турист змушений мати теоретичні і практичні навички щодо різних видів пошуку інформації, знати WEB – різних туристичних сайтів, бути обізнаним в користуванні систем бронювання та резервування.

Важливим елементом відмінного функціонування для туристичного агентства є пошук туроператорів, оптових та роздрібних клієнтів, купівля туристичної послуги через мережу Інтернет, відмінний зв'язок з туристичними операторами та постачальниками, отримання необхідної інформації, одержання, підтвердження та розрахунок вартості послуг, які надаються, можливість їх резервування.

За останні роки швидкими темпами популярності зазнає так званий віртуальний туризм за допомогою використання всесвітньої мережі Інтернет. Тут відбувається подорож по музеях світу або відомих місць не виходячи з власного дому сидячи за власним комп'ютером. Тому такий вид подорожей впливає на «віртуального туриста» – розширюючи обізнаність, а також стимулює туриста поїхати в обране ним місце і побачити все на власні очі, на що вони натрапили в мережі Інтернет.

Підприємства в галузі туристичного бізнесу за допомогою встановлення веб-камер і в режимі реального часу передаючи зображення в Інтернет, приваблюють відвідувачів сайтів тієї чи іншої туристичної фірми, таким чином заохочують туристів побувати у визначних місцях обраної країни, музеях, готелях тощо.

Отже, Інтернет сприяє спрощенню взаємодії учасників туристичного ринку, але при цьому не змінюється технологія їхньої взаємодії. На сьогоднішній день можливості застосування глобальної мережі у функціонуванні більшості національних фірм стало невід'ємною частиною ефективної діяльності на ринку. У мережі Інтернеті безперервно створюються нові види електронних грошових взаємовідносин, що спричинило появу такого терміна, як електронний бізнес.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Морозов М. А. *Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.* – Ортехника: Учеб. (5-е издание) / Издательство: Академия, 2004 г. – 240 с.

2. Чудновский А. Д. *Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие* / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 104 с.