**Тема 6. Інформаційне забезпечення моніторингу міжнародних туристичних ринків.**

1. Основні види та форми інформації, що використовується для моніторингу світового ринку готельних та ресторанних послуг

2. Види джерел інформації для проведення моніторингу світового ринку готельних та ресторанних послуг

3. Загальносвітові та регіональні національні та галузеві джерела інформації в сфері готельних та ресторанних послуг

4. Українські джерела інформації в сфері готельних та ресторанних послуг

1. За стадіями управління розрізняють прогнозну, планову, облікову, нормативну інформацію та інформацію для аналізу діяльності та оперативного управління.

Прогнозну інформацію пов'язано з функцією прогнозування, планову – з плануванням (стратегічним, техніко-економічним, оперативно-виробничим); облікову – з управлінським, фінансовим обліком; інформацію аналізу діяльності – з функцією економічного аналізу; оперативного управління й регулювання – з відповідними функціями.

Нормативна інформація виникає і використовується на стадіях підготовки та розробки послуги, а також в інших випадках, наприклад, для формування цін, тарифікації. Вона містить норми й нормативи, ціни, розцінки, тарифи, а також деякі інші дані, наприклад, заздалегідь обумовлені табличні величини.

Нормативну інформацію можна умовно поділити на нормативно-правову та нормативно-довідкову. До нормативно-правової належать розпорядження органів законодавчої та виконавчої влади (закони, акти), які регулюють економічну діяльність підприємства.

Нормативно-довідкова інформація – це норми та нормативи, які визначаються керівництвом підприємства (наприклад, норми витрат). До довідкової відносять інформацію, однакову для всіх функціональних різновидів.

Нормативна й довідкова інформація створюють фонд нормативнодовідкової інформації, призначений для розв'язання різноманітних управлінських завдань.

Специфічними ознаками економічної інформації є її залежність від об'єкта управління; переважання у формі подання даних алфавітно-цифрових знаків; необхідна висока точність результатів обчислень та оформлення їх у вигляді, зручному для сприйняття людиною; значне поширення документів як носіїв вхідних даних та результатів обробки; великі обсяги оброблюваної інформації; можливість одержання значної кількості похідних даних у разі обробки тих самих показників за різною методикою, постійне нагромадження й тривале зберігання.

Економічна інформація досить неоднорідна, вона має складну схему взаємозв'язків окремих її видів. Різновидами економічної інформації є облікова інформація та інформація аналізу господарської діяльності, яким притаманні як спільні властивості, так і низка специфічних особливостей.

Аналітична інформація відрізняється від облікової. Дані для аналізу беруть з одного або кількох різновидів економічної інформації (планової, облікової, нормативної, прогнозної).

Аналітичним розрахункам властива наявність значного обсягу логічних операцій, поєднаних з арифметичними за складними алгоритмами. Можливість формалізованого запису даних сприяє використанню ЕОМ для розв'язування аналітичних задач. До інформації, яка використовується для аналізу господарської діяльності, висуваються такі вимоги: достовірність, своєчасність, повнота, детальність, багатоаспектність.

Результати аналізу можна подати також у вигляді графіків, діаграм тощо. Для аналітичної роботи найбільшу значущість має процедура математичної обробки та наступне використання результатів аналітичних розрахунків у інтересах управління. На відміну від облікової інформації, коло споживачів результатів аналітичних розрахунків є значно ширшим та різноманітнішим. З погляду логіки управління та розміщення даних на носіях розрізняють логічну та фізичну структури даних.

Інформаційна сукупність з мінімальним складом реквізитів-ознак і реквізитів-основ, достатнім, проте, для створення елементарного документа (документо-рядка), утворює економічний показник. Показник характеризує об'єкт управління з якісного й кількісного боку; має назву, яка розкриває його форму, та значення, котре доповнює форму кількісно-якісними характеристиками. Набір взаємозв'язаних даних однієї форми (однієї назви) з усіма її значеннями – це масив даних, що є основною інформаційною сукупністю, котрою оперують в інформаційних процедурах. Сукупність масивів, що стосуються даних тієї самої ділянки управлінської роботи, називають інформаційним потоком.

Під фізичною структурою даних розуміють відповідні структурні одиниці залежно від носія інформації та способу її фіксації. Наприклад, структурною одиницею найвищого рівня інформації на паперовому документі є весь комплект документів, усе документаційне господарство об'єкта управління. Одиницями нижнього рівня є зона документа, рядок, графа, позиція.

Для створення систем обробки аналітичної інформації особливого значення набувають машинні структури даних, що пов'язано з розміщенням масивів даних у пам'яті ЕОМ. Для розв'язування аналітичних (економічних) задач на ЕОМ визначено таку ієрархію даних у порядку зростання їх логічної складності.

Швидке і методично правильне проведення моніторингу світового ринку готельних і ресторанних послуг передбачає знання джерел кон'юнктурної інформації. При виборі джерел інформації важливі і власний досвід, що базується на систематичному перегляді опублікованого широкого переліку джерел, і допомога спеціалізованих дослідницьких організацій. Треба пам'ятати, що не існує єдиного джерела інформації про кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг, яке б містило всі відомості про досліджувані процеси. Для дослідження кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг використовують різні види інформації, отриманої з різноманітних джерел. Необхідно добре розібратися в сутності загальної, комерційної та спеціальної інформації.

Загальна інформація включає дані, що характеризують ринкову ситуацію загалом і, одночасно, в ув'язці з розвитком ринку послуг, ринку готельноресторанних послуг або конкретного підприємства чи закладу.

Комерційна інформація – це дані, отримані з ділової документації підприємства стосовно питань реалізації послуг, та дані, отримані від партнерів шляхом інформаційного обміну. До таких даних відносяться: заявки і замовлення бізнес-партнерів, матеріали служб вивчення ринку на підприємствах, в організаціях і закладах торгівлі, на підприємствах готельного господарства.

Спеціальна інформація являє собою дані, отримані за результатами проведення спеціалізованих цільових заходів із вивчення ринку послуг, у тому числі ринку ресторанних послуг (опитування населення, споживачів, спеціалістів торгівлі і промисловості, експертів; виставки-продажі, ярмарки, кон'юнктурні наради), а також дані матеріалів дослідницьких організацій. Спеціальна інформація становить особливу цінність, оскільки містить відомості, які не можна отримати іншим шляхом.

Інформація може бути класифікована:

1) по джерелу й способу одержання: вторинна й первинна інформація;

2) по характеру інформації: кількісна і якісна інформація;

3) по інформаційних потоках щодо відділу маркетингу: вхідна, аналізована, збережена, вихідна.

Первинна інформація – це інформація про об'єкт дослідження, отримана безпосередньо від джерела (у момент виникнення) у результаті спеціально проведених для вирішення конкретних проблем так званих польових маркетингових досліджень.

Під вторинною інформацією, застосовуваної при проведенні, так званих, кабінетних маркетингових досліджень, розуміють інформацію про об'єкт дослідження, зібрану раніше із зовнішніх і внутрішніх джерел для цілей, відмінних від цілей конкретного маркетингового дослідження. Джерела вторинної інформації діляться стосовно підприємства на внутрішні й зовнішні.

Далі необхідно з'ясувати, що у процесі моніторингу світового ринку готельних і ресторанних послуг використовують такі форми інформації, як текстова, таблична і графічна, а також статистичні динамічні ряди.

З метою організації і обробки текстової інформації застосовується спеціальне програмне забезпечення у вигляді гіпертекстових програмних систем, призначенням яких є створення, ведення і використання баз даних текстових документів. При цьому в тексті можна виділити текстові послідовності, які доцільно використовувати для організації перехресних посилань, переходу і пошуку через них у процесі виконання операцій за запитом. Гіпертекстові засоби можуть створювати системи рубрик із метою групування інформації за спільністю ознак і здійснення пошуку даних у розрізі певної тематики (наприклад, Microsoft Word 7.0, Word 2000, Word 2007).

Зручним для користувача є графічне зображення інформації щодо кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг. Через графічні засоби наочно відображаються залежності між чинниками, виявляються сталі закономірності, знаходяться екстремальні стани тощо. До найпоширеніших форм графічної інформації відносять:

графіки функціональної залежності між параметрами;

- графіки динамічних змін показників;

- мережеві графіки;

- різні види графіків, що використовуються при статистичному вивченні ринкових явищ.

Значний інтерес становить така форма подання інформації, як динамічні ряди. Вони являють собою послідовно розташовані у хронологічному порядку значення показників, які своєю чергою відображають динаміку явищ, що вивчаються на світовому ринку готельних і ресторанних послуг. Динамічні ряди містять цінну інформацію, показують у часі зміни ринку, що відбуваються, загалом і за окремими його складовими (пропозиція, попит, ціна, комерційний ризик тощо).

2. Важливе значення для глибокого засвоєння цієї теми має питання щодо джерел інформації про явища та процеси, що формують і розвивають кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг. Джерела інформації про явища та процеси, що формують і розвивають окремі кон'юнктуроформувальні чинники та кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг, поділяють на первинні і вторинні.

Первинні джерела інформації містять відомості, отримані з усних бесід під час ділових контактів та особистих ділових контактів, письмової службової інформації.

Вторинні джерела інформації містять головним чином відомості статистичного, оглядового, аналітичного та прогностичного характеру. Це різноманітні друковані видання (загальноекономічні і спеціальні або галузеві), інформаційні системи (Reuters, Bloomberg, Dow Jones, Telerate, Tenfore), Internet.

Треба взяти до уваги, що при дослідженні загальногосподарської кон'юнктури вивчаються видання загальноекономічного характеру, а при вивченні кон'юнктури окремих ринків товарів та послуг - галузеві видання, оскільки вони подають розгорнуту інформацію про все важливе для цього ринку і суміжних ринків.

Як загальноекономічні, так і галузеві джерела інформації можуть видаватися міжнародними організаціями, національними урядовими і приватними організаціями, окремими фірмами у вигляді статистичних довідників, журналів, газет, фірмових звітів, монографій.

Інформаційний ресурс – головний чинник державної політики в умовах глобалізації та головне джерело будь-якої інофоомації.

Інформаційно-комунікаційні технології на початку 1990-х років сприяли розвитку процесів стрімкої глобалізації світового господарства і є сьогодні одним із найважливіших чинників, що впливають на формування нової постінформаційної цивілізації людства, яка з метою свого збереження має взяти на себе всю відповідальність за розвиток біосфери. Її основою, безперечно, стає інформаційний ресурс (ІР) кожної держави в тому його розумінні, що це складна сукупність, власне, накопиченої нею в бібліотеках і архівах інформації та знань; кадрів, які їх створюють і обслуговують процеси накопичення, зберігання та обміну в глобальному інформаційному середовищі, а також задіяні інформаційні й комунікативні системи та програмно-апаратні засоби. Доведено, що вплив інформаційного ресурсу революційно змінює спосіб життя людей, підвищує вимоги до нашої освіти й відповідальність щодо вибору роботи. Усе це потребує перегляду засад соціальної системи й одночасного формування нової гуманістичної етики.

3. Міжнародні статистичні видання. Багаточисельні міжнародні та регіональні органи ООН видають різноманітні щомісячні бюлетені та статистичні щорічники. Сьогодні під грифом ООН та її спеціалізованих закладів публікується декілька сотень періодичних видань, що містять науково-технічну, економічну та статистичну інформацію, а також результати оригінальних досліджень, що проводяться в міжнародних організаціях.

Найважливішими з цих видань, з позиції кон'юнктурно-цінової інформації, є щомісячні збірники "Monthly Bulletin of Statistics" та щорічник "Statistical Yearbook", які готуються до друку Статистичним управлінням ООН. У цих джерелах публікуються відомості про промислове та сільськогосподарське виробництво, сферу послуг, внутрішню та зовнішню торгівлю, національний дохід, про виробництво та споживання окремих товарів та послуг, ставки облікового процента та низка інших показників, які характеризують економіку переважної кількості країн.

Щомісячник Міжнародного валютного фонду (МВФ) «International Financial Statistics» публікує платіжні баланси, ставки облікового процента та інші статистичні дані, що характеризують валютно-фінансове становище країнчленів МВФ.

Щоквартальний бюлетень, який випускає Економічна і соціальна комісія ООН для Азії та Тихого океану, «Economic Bulletin for Asia and the Pacific», являє собою сукупність даних із питань населення, робочої сили, національних бюджетів, сільського господарства, промисловості, транспорту, інших послуг, зовнішньої торгівлі, заробітної плати та цін, фінансів і соціальної статистики цього величезного регіону. Аналогічні видання публікуються Економічною комісією ООН для країн Латинської Америки і Карибського басейну, а також для інших регіональних груп країн.

Окрім зазначених розроблених ООН та її органами на основі національних статистик, публікуються такі статистичні збірники: Handbook of International Trade and Development Statistics. UNCTAD, Geneva; Statistics of Foreign Trade. Monthly Bulletin. OECD, Paris; Yearbook of International Trade Statistics, U.N., N.Y.

Основним недоліком міжнародних та регіональних статистичних видань є значне відставання розміщеної інформації від поточного моменту. Це пояснюється тим, що публікації видаються на основі обробки даних національних видань. Поки економічні органи ООН збирають і систематизують дані національної статистики, обробляють їх, перевіряють, розсилають і т.д., минає доволі багато часу Тому для практичної роботи, як правило, використовують національні публікації, що відображають кон'юнктурні зміни на ринках із значно меншим відставанням, ніж міжнародні видання. Проте для виявлення тенденції розвитку економічних явищ за ряд років, а також при необхідності зіставлення даних по декількох країнах зручніше використовувати статистичні публікації ООН.

Систематизована інформація про фірми міститься у спеціальних фірмових довідниках, які щорічно видаються практично у всіх промислово розвинутих країнах під егідою міжнародних організацій. У цих довідниках є дані про фінансове становище фірм, про їх виробничі потужності, номенклатуру товарів та послуг, прибутки і т.п. Прикладами таких загальних фірмових довідників є: Annuaire chaix. Les principales societes par actions (France); Annuario politechnico italiano (Italia); Guide to Key British Enterprises (Great Britain); Handbuch der Deutchen Aktiengesellschaften (BRD); Japan Company Directory (Japan); Kelt's Directory of Manufacturers and Merchants (Great Britain); Kompass (Great Britain, Belgium, Denmark, Italy, Spain, Netherlands, France, F.R.G., Switzerland, Sweden); Moody's Supplement (U.S.A.); Poor's Register Corporations, Directors and Executives (U.S.A.); Standard Trade Index of Japan (Japan); Stock Exchange Official Year Book (Great Britain).

Національні джерела кон'юнктурної інформації можна поділити на статистичні, загальноекономічні та галузеві. Майже в кожній країні видаються офіційні статистичні довідники. У них розміщена інформація про становище в різних галузях економіки, про виробництво окремих найважливіших товарів та надання послуг, про будівництво, транспорт, зайнятість, рівень заробітної плати, дані про зовнішню торгівлю та ін.

Треба відзначити, що загальноекономічна та галузева інформація – це головним чином не статистичні дані, а різноманітні статті та огляди у загальноекономічних журналах та бюлетенях із загальноекономічних проблем тієї чи іншої країни і всього світу, інформація про становище в окремих галузях промисловості та сфери послуг, про кон'юнктуру ринків товарів і послуг, індекси вартості життя, котирування фондових та товарних бірж, а також звіти про діяльність акціонерних компаній. У цих звітах містяться дані про капіталовкладення компаній, оцінка перспектив і тенденцій розвитку загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури окремих ринків товарів та послуг.

Окрім цього, видаються спеціальні галузеві журнали, бюлетені та газети, у яких висвітлюється становище на ринках певних товарів та послуг, зокрема туристичних, готельних, ресторанних тощо.

Потреби в інформаційному забезпеченні дослідження економічної кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг, що зростають, значною мірою задовольняють такі сучасні інформаційні системи, як Reuters, Bloomberg, Dow Jones Telerate, Tenfore.

Система Reuters створена інформаційним агентством Reuters, заснованим у середині XIX ст. Основним його завданням є забезпечення користувачів інформацією у галузі економіки, політики, фінансів тощо. Існує декілька типів отримання інформації системи Reuters. Наприклад, фінансову інформацію можна отримати за допомогою передплати на Reuters Money 2000, інформацію про товарні ринки – на Reuters Commoditis 2000. Існує додаткова передплата для отримання різноманітних публікацій (статей, оглядів та ін.), періодичних видань, котирувань товарів на конкретних біржах, інформації про цінні папери. Всю інформацію з Reuters можна поділити на два види: загальноекономічна інформація, тобто світові економічні та політичні новини, аналітичні огляди, статті та ін.; спеціальна інформація – процентні ставки, ціни на товари, курси валют та ін. За допомогою системи Reuters можна здійснювати технічний аналіз, використовуючи додатки Reuter Graphics та Reuter Technical Analysis. Інформаційне агентство Bloomberg (створене у 1982 р.) забезпечує швидкість отримання та якість ділової інформації, що надходить із більшості країн світу. Головний офіс розміщений у Нью-Йорку (регіональні відділення – в Лондоні та Токіо), у ньому працює 250 осіб, які передають до 1,8 тис. різноманітних зведень за добу. Вони містять різну інформацію – від прогнозу щодо урядових цінних паперів до змін цін акцій компаній. Користувачі отримують спеціальний журнал інформаційної мережі Bloomberg; є супутниковий канал Bloomberg TV, що цілодобово транслює ділові новини та огляди.

Bloomberg надає відомості про стан ринку, причому обсяги інформації постійно збільшуються. В комп'ютерній системі Bloomberg є декілька тисяч інформаційних вікон та спеціальні розділи Bloomberg News. Користувачі мають можливість вибору інформації щодо котирувань валют, товарів, акцій, ф'ючерсів, опціонів, причому всі котирування та новини надходять у режимі реального часу.

Dow Jones Telerate є одним із провідних агентств світу у сфері послуг із надання ринкової інформації у режимі реального часу. Воно входить до інформаційного концерну «Dow Jones Co», створеного у США у 1982 р. для збору, обробки та аналізу фінансово-економічної інформації. Компанія випускає газету «The Wall Street Journal», а також ряд спеціалізованих та регіональних газет та журналів.

Вторинна інформація для дослідження економічної кон'юнктури в Україні представлена виданнями Державного комітету статистики. Перелік цих видань можна знайти в Каталозі видань Держкомстату, який випускається щорічно.

Прикладами статистичних видань, що містять загальну соціальноекономічну інформацію, є довідники «Україна у цифрах», щорічники «Статистичний щорічник України». У них наведено інформацію про макроекономічні показники і пропорції народного господарства, стан соціальної сфери та матеріального виробництва, розвиток регіонів, зовнішньоекономічну діяльність та ін. Дані наведені як у абсолютних показниках, так і у відносних; подаються динаміка економічних процесів та порівняльні таблиці.

Державний комітет статистики України готує також спеціалізовані видання, що містять розширену інформацію з окремих спеціалізованих напрямків, наприклад статистичні збірники «Витрати і доходи домогосподарств України», «Зовнішня торгівля України товарами та послугами», «Готелі та інші місця для тимчасового проживання», «Туризм в Україні», «Транспорт та зв'язок» та ряд інших.

Одним із оперативних засобів отримання інформації про кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг є аналіз публікацій періодичних видань. Для повного та систематизованого охоплення всіх публікацій за цільовою тематикою необхідно ознайомитися з виданнями Національного НВО «Книжкова палата України»: «Літопис газетних статей: державний бібліографічний покажчик України» та «Літопис журнальних статей: державний бібліографічний покажчик України», які друкуються щомісяця.

Для того, щоб уникнути можливих помилок при використанні кон'юнктурної інформації, слід завжди звертати увагу на джерело інформації, його авторитетність, цілі публікації матеріалу. Важливо і те, чи є джерело інформації оригінальною публікацією або інформація декілька разів вже передруковувалася з інших джерел. Якщо в оригінальному джерелі наводяться довідки щодо процедури збору та обробки інформації, то це допомагає оцінити її достовірність.

Щодо інформації прогнозного характеру, то необхідно критично оцінювати дані про ринкову кон'юнктуру, що їх друкують численні ЗМІ бізнесового характеру. Аналіз показує, що у багатьох випадках автори або взагалі уникають прогнозів, або вони низької якості.

Значну допомогу у дослідженні економічної кон'юнктури надає Інтернет - глобальна комп'ютерна мережа, яка охоплює майже всі країни світу. Всесвітня мережа Інтернет все активніше використовується в бізнесі, сприяючи підвищенню його ефективності, і сьогодні дуже багато підприємств застосовують Інтернет для вирішення різних поставлених перед ними завдань. У той же час стрімкий розвиток нових технологій постійно відкриває нові можливості їхнього використання, що повинно враховуватися підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, якщо вони не хочуть втратити свої конкурентні позиції.

За допомогою Інтернету можливо, наприклад, отримувати найоперативнішу інформацію зі всього світу, отримувати різні цінові звіти та звіти глобальних корпорацій, доступ до бібліотечних фондів провідних науковотехнічних та освітніх світових центрів.

Для підвищення ефективності Інтернет-ресурсів Всесвітня туристична організація створила єдину мережу обміну туристичною інформацією. В Україні з 1999 р. функціонує Українська туристична інформаційна система (UТІS).

Таким чином, залучення вітчизняних та зарубіжних джерел інформації, використання ресурсів зарубіжних інформаційних систем, Інтернету є важливими передумовами і складовими, які визначають достовірність моніторингу світового ринку готельних і ресторанних послуг. Звичайно, що систематичний збір та обробка інформації має велике значення для якості підприємницьких рішень. Адже інформація творчо інтерпретується людиною. Індивідуальність сприйняття, творчі аналітичні здібності, схильність до ризику, система цінностей осіб, відповідальних за прийняття рішень, значною мірою впливають на якість рішень у готельно-ресторанній справі. Інформація є, таким чином, необхідною, але недостатньою умовою для прийняття правильного управлінського рішення у готельно-ресторанному бізнесі.