

5. Клименко С.М., Дубова О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник. – К: КНЕУ, 2006. – 527 с.

6. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

7. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.

8. Святенко В.Ю. Промисловий маркетинг. Навч. посіб. – К: МАУП, 2001. – 264 с.

9. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. Учебник. – М.: ЗАО «Бизнес-школа»Интел-Синтез», 2000. – 640 с.

10. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. – 2 изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.

А.О. ПРОЧАН,
к.е.н., Класичний приватний університет

Потенціал впливу інформаційних технологій при організації надання туристичних послуг

У статті розкрито сучасний стан організації обслуговування споживачів на туристичному підприємстві, шляхи вдосконалення та покращення якості надання послуг. Акцентовано увагу на залученні новітніх інформаційних технологій у створенні власного сайту туристичного підприємства.

Ключові слова: організація обслуговування, туристичне підприємство, якість, інформаційні технології, споживач.

В статье раскрыто современное состояние организации обслуживания потребителей на туристическом предприятии, пути совершенствования и улучшения качества предоставления услуг. Акцентируется внимание на привлечении новейших информационных технологий в создании собственного сайта туристического предприятия.

Ключевые слова: организация обслуживания, туристическое предприятие, качество, информационные технологии, потребитель.

In article the current state of the organization of service of consumers at the tourist company, a way of perfection and improvement of quality of granting of services is opened. The attention is focused on attraction of the newest information technology in creation of own site of the tourist company

Keywords: the service organization, the tourist company, quality, information technology, the consumer.

Постановка проблеми. Сучасна організація обслуговування має велике значення в сфері послуг. Це особливо важливо у зв'язку з тим, що туристична галузь представлена переважно приватним малим і середнім бізнесом. Саме тому основною передумовою функціонування туристичного ринку є дотримання головних принципів обслуговування споживачів.

На сьогодні в Україні туристичні підприємства представлені невеликими агенціями. На такому туристичному підприємстві діє обмежена спеціалізація. Обслуговуючий персонал виконує всі види діяльності, яка впливає на якість організації обслуговування споживачів туристичного продукту. У сфері туризму спо-

живач безпосередньо бере участь у сервісному процесі в ході контактів з обслуговуючим персоналом. Важливість цих контактів підтверджується їхнім впливом на якість організації обслуговування в сфері послуг.

Якість організації обслуговування складається під впливом системи цінностей і культури споживача, що формують суб'єктивну оцінку послуг. Однак основні компоненти якості послуг закладаються матеріально-технічними факторами їхнього виробництва, реалізації, споживання.

Від рівня кваліфікації, професіоналізму працівників туристичних підприємств багато в чому залежить корисний ефект їхньої сервісної діяльності, що формується через особисті відчуття й емоційне сприйняття туристів. Індивідуально-споживча орієнтація туристичного обслуговування може бути посилена за допомогою комплексності різноманітних послуг [1].

На сьогодні в умовах конкурентної боротьби на туристичному ринку рівень попиту на будь-яку продукцію при інших рівних обставинах визначається не лише споживчими якостями даного товару, а й наданням належного обслуговування споживачам у процесі надання послуг.

Отже, туризм є однією з найважливіших галузей сервісу, і це вимагає сучасних форм і механізмів обслуговування клієнтів. Інновації у створенні туристичних послуг більше не розглядаються як просто бажані. Своєчасне реагування туристичних компаній на нові технологічні зміни в різних областях діяльності, суміжних з туризмом, здатність до створення нових сучасних методів роботи по створенню туристичних послуг і вдосконалення результатів діяльності були визнані необхідною умовою виживання компаній.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Серед дослідників, які значну увагу приділяють розгляданню проблем підвищення якості обслуговування споживачів на підприємствах туристичної сфери, зокрема комплексному аналізу забезпечення якості обслуговування, присвячені праці таких відомих вчених, як Г.М. Алейникова, О.В. Апілат, М.І. Аругян, Н.А. Афанась-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

єва, В.К. Бабаріцька, В.Д. Безносок, Н.І. Ведмідь, В.Я. Гавран, С.П. Гаврілюк, А.Б. Гайдук, С.С. Галасюк, В.Г. Герасименко, Т.М. Гнатюк, А.Б. Добровольська, В.К. Євдокименко, Ю.Б. Забалдіна, О.Д. Король, Н.Т. Крачило, Г.І. Михайліченко, І.Д. Папуша.

Однак питання організації обслуговування споживачів на туристичному підприємстві потребує подальших наукових досліджень. Здійснити це можливо на основі вдосконалення чинної системи надання послуг у туризмі та впровадження нових підходів в організації обслуговування споживачів на туристичному підприємстві з метою підвищення їх якості.

Мета статті. Вирішення цих проблем пов'язано з розв'язанням таких завдань:

- проаналізувати негативні та позитивні форми організації надання послуг на туристичних підприємствах;
- визначити необхідність використання новітніх інформаційних технологій на туристичних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні вплив інформаційних технологій на розвиток туризму величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоспроможність підприємства. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмні продукти наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, а й виживання на ринку в найближчому майбутньому.

Інформаційно-технічна революція змінила характер і методи ведення бізнесу. Використання можливостей технічного обміну сьогодні дозволяє легше і швидше надавати якісне обслуговування споживачам, продавати пакети послуг, вирішувати задачі фінансово-операційного управління, маркетингового планування, підвищувати конкурентоспроможність і кількість продажів.

Ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне (АІТ) управління – це ключова ланка в підвищенні економічної ефективності і поліпшенні якості послуг. Тому для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування клієнта, неминучим і незамінним стає впровадження автоматизованих інформаційних систем.

У нинішніх економічних умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодне успішне туристичне підприємство не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися на ринку без сучасних автоматизованих інформаційних технологій.

Інформаційні технології (ІТ) управління з'явилися у світовій індустрії давно – близько двадцяти п'яти років тому – і пройшли великий шлях розвитку. На українському ринку І управління присутні відносно недавно. Експерименти з впровадження даних систем в Україні стали проводитися з середини 90-х років. Кількість впроваджень вимірюється в десятках, а якість впровадження найчастіше є предметом суперечок, чуток, домислів і розчарувань по сьогоднішній день.

Можливості автоматизації обслуговування придбали комплексний характер і охоплюють усі процеси функціонування туристичного підприємства і взаємин із клієнтами. Донедавна українська туристична індустрія знаходилася в ізоляції від світових

тенденцій розвитку і сьогодні переживає етап масштабної переорієнтації з паперово-ручного методу роботи на застосування автоматизованих ІТ управління. Для більшості туристичних підприємств України (60%) впровадження АІТ управління є необхідним, і вже стало реальним фактом, критично важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні, використання сучасних АІТ стає засобом конкурентної боротьби туристичних операторів.

Загальними особливостями ІТ туристичних підприємств є автоматизація процесів планування, обліку і управління основних напрямків діяльності туристичного підприємства.

Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність наступних основних підсистем: управління фінансами, управління матеріальними потоками, управління обслуговуванням, управління якістю, управління персоналом, управління збутом, аналіз фінансів, собівартості, оборотних коштів, управління маркетингом [2].

На сьогодні споживач туристичного ринку відчуває величезну потребу в інформації (детальні описи, фотографії, відгуки), яку не здатні задовольнити ні друковані видання, ні тим більше такі засоби масової інформації як телебачення і радіо. Особливо сучасні споживачі цінують свій час і підбирають тури найбільш зручним і раціональним способом в туристичних інтернет-порталах і пошукових системах.

Таким чином відбувається інтенсивне освоєння інтернет-простору як одного з найдемократичнішого і відносно недорогого способу прямої взаємодії туристичного підприємства на споживача.

За статистикою, інтернет-аудиторія є забезпеченою частиною населення, і багато існуючих і виникаючих компаній ведуть інтенсивну конкурентну боротьбу за інтернет-споживача. Ця боротьба починається з появою власного сайту в мережі Інтернет. Для невеликих туристичних підприємств представлення власного сайту в мережі Інтернет цілком може бути єдиним способом донесення інформації до споживачів.

Більшість туристичних підприємств вже мають власний сайт, якщо відвідувач сайту не знаходить потрібну інформацію, що цікавить його, на сайті, він просто переходить на інший сайт. Тому туристичний сайт має бути ефективним і приносити прибуток. Успішність будь-якого сайту залежить від того, знайде цільовий відвідувач потрібну інформацію на сайті чи ні. Головне на сайті – це корисність для відвідувача.

На сайті має бути лише унікальний і цікавий контент. Адже якість наповнення сайту гарантує не лише ефективне просування в пошукових системах, а й дозволяє залучати і утримувати потенційних відвідувачів і споживачів туристичного продукту.

Тому при розробці власного сайту туристичного підприємства і подальшої його роботи і ефективності організації обслуговування споживачів потрібно не тільки вказати ціни та рекомендовані тури, як у більшості туристичних підприємств, а й розмістити на сайті програму швидкого пошуку турів, з допомогою якої споживач самостійно може зробити огляд рекомендованих турів, порівняти готелі за наданням послуг та цінами. Програма швидкого пошуку турів наведена на рисунку [3].

Город отправления	<input type="text" value="Запорожье"/>	тур	<input type="text" value="Запорожье Хургада"/>
страна	<input type="text" value="Египет"/>		
Вылет от	<input type="text" value="25.03.2011"/>	ночей от	<input type="text" value="7"/>
до	<input type="text" value="25.03.2011"/>	до	<input type="text" value="7"/>
		взрослых	<input type="text" value="2"/>
		детей	<input type="text" value="0"/>
Город	категория	гостиница	питание
Hurghada	3*	Bella Vista Resort 4*	All
		Braykabay Resort 5*	BB
Sharm El-Sheikh	5*	Citadel Azur Resort 5*	FB
<input type="button" value="Искать"/>			

Програма швидкого пошуку турів

Таким чином, для того щоб побачити пропозиції, треба задати параметри пошуку: країну, курорт, категорію готелю, дату початку поїздки й тривалість туру, після заданих параметрів споживач побачить результати пошуку. Доцільним буде на додаток до пошуку турів розмістити поради з вибору готелю, рекомендації менеджерів про послуги, які надає туристичне підприємство.

Також дуже важливою функцією при створенні сайту має бути зворотний зв'язок з відвідувачами і споживачами даного туристичного підприємства. Обов'язково необхідно розмістити фотографії кожного готелю: зовнішній вигляд і фасад будівлі, внутрішні інтер'єри, інфраструктура, види з вікон номерів, фотографії самих номерів. Додати інформацію про курорти: опис пам'яток і іншу корисну інформацію.

Доцільним буде розмістити на сайті гостьову книгу або форум, в якому відвідувачі могли б ставити питання. Причому за форумом обов'язково потрібно стежити, щоб вчасно відповідати на питання, а так само видаляти небажані повідомлення або спам. Одним із інструментів підтримки контакту з постійними споживачами може бути організовані на сайті різноманітні конкурси і вікторини з призами.

Сайт туристичного підприємства обов'язково має справляти яскраві враження, а так само ні у кого не повинно виникати сумнівів в його регулярному оновленні. Саме тому приділяється велика увага дизайну, також привабливим може стати розміщення на головній сторінці колонки з новинами. Це дає змогу відвідувачу бачити, що сайт працює, за ним стежать, його регулярно оновлюють.

Так само сайт обов'язково має бути зручний у користуванні. Споживач має зробити мінімальну кількість натискань для знаходження необхідної інформації. Також доцільно буде зробити (якщо сайт містить більше 30 сторінок) карту сайту – на якій, як у змісті книги, показані всі розділи і підрозділи. Інакше користувачеві може набриднути пошук інформації на даному ресурсі, і він просто закrije його. Звичайно, грамотна побудова інтерфей-

су сайту, інтуїтивно зрозумілого відвідувачам, може істотно поліпшити співвідношення між відвідувачами і покупцями на сайті.

Отже, сайт туристичного підприємства повинен мати приємний зовнішній вигляд, привабливі заголовки на першій сторінці, повноцінні статті на подальших сторінках, що відображають ясність намірів туристичного підприємства. Сайт має бути забезпечений зручною системою навігації, має виявляти пошану до будь-якого відвідувача і бажання побачитися з ним ще не раз.

Таким чином, розробка ефективного сайту дасть можливість туристичному підприємству і його співробітникам надати споживачам відмінне обслуговування.

Сьогодні у сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг.

Висновки

Таким чином, впровадження інформаційних технологій та наявність власного сайту підприємства відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних задач туристичного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє туристичному підприємству реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість надання послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників туристичного підприємства.

Усе це визначає актуальність застосування інформаційні технологій в умовах розвитку ринкових відносин, координації наукової і практичної діяльності в області сучасних інформаційних технологій.

Як свідчить світовий досвід, лідерство в конкурентній боротьбі здобуває сьогодні те підприємство, яка оперативніше реагує на

потреби споживачів і надає послуги за прийнятною ціною і якістю. В умовах переходу до ринкових відносин інформаційний центр набуває першочергового значення, будучи невід'ємним елементом ефективної системи управління наданням послуг споживачам.

Головним елементом зниження операційних витрат, підвищення якості і швидкості виконання операцій, пов'язаних з наданням послуг є впровадження інформаційної системи, що сприятиме ефективному управлінню потоками інформації та їх обробкою в туристичному підприємстві.

Також на сьогодні без Інтернету неможливо уявити діяльність сучасного туристичного підприємства. Інтернет використовується практично у всіх основних його бізнес-процесах, починаючи від пошуку і залучення споживачів у якості комунікаційного і маркетингового інструмента і закінчуючи формуванням асортименту послуг.

Розвиток Інтернету дозволяє не лише здешевити засоби зв'язку, а й отримати реальну можливість налагодити працю всіх учасників ринку туристичних послуг як єдиного офісу. Робота з глобальними системами бронювання через Інтернет дозволяє туристичному підприємству не лише надавати всім учасникам ринку оперативну і достовірну інформацію про ціни та асортимент у будь-який момент часу, а й надає можливість

стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення.

Тому на сьогодні використання інформаційних технологій та наявність власного високоякісного фірмового сайту є бажаною умовою для ефективної діяльності туристичного підприємства. Це дасть змогу розширити інформаційний простір і збільшити клієнтську базу, заощадить час клієнта, поліпшить якість зв'язку з клієнтами, дасть можливість оперативно розміщувати і оновлювати інформацію.

У зв'язку з цим необхідно надавати такі послуги, які б задовольняли і навіть перевершували очікування цільових клієнтів. Саме тому туристичне підприємство має якомога точніше виявляти потреби й очікування своїх споживачів у процесі надання туристичної послуги.

Література

1. Організація обслуговування [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.referat.yabotanic.ru/turizm/organizaciya-obsluzhivaniya-ponyatie-kontaktnoj-zony-i/43384/43163/page2.html>
2. Сучасні інформаційні технології в туризмі [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.br.com.ua/referats/Tourism/1631-1.html>
3. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.anextour.ru>

О.Л. ШУМИЛО,
аспірант, Інститут економіки та прогнозування НАН України

Електроенергетика України: сучасний стан та тенденції розвитку

У статті розглянуто процес реформування електроенергетичного сектору України за роки незалежності, його сучасний стан та перспективи розвитку з урахуванням соціально-економічного стану країни.

Ключові слова: паливно-енергетичний комплекс (ПЕК), електроенергетика, оптовий ринок електроенергії (ОРЕ), Національна комісія регулювання електроенергетики України (НКРЕ).

В статье рассмотрен процесс реформирования электроэнергетического сектора Украины за годы независимости, его текущее состояние и перспективы развития с учетом социально-экономического развития страны.

Ключевые слова: топливно-энергетический комплекс (ТЭК), электроэнергетика, оптовый рынок электроэнергии (ОРЭ), Национальная комиссия регулирования электроэнергетики Украины (НКРЭ).

The article presents the review of the process of reforming the electricity sector in Ukraine since independence, its current state and prospects of development taking into account socio-economic situation of the country.

Постановка проблеми. Електроенергетика є однією з провідних складових паливно-енергетичного комплексу України та

базовою галуззю національної економіки. Від її стану залежать успішний розвиток усіх галузей національного господарства, рівень та якість життя населення.

З початку переходу вітчизняної економіки від адміністративно-командної системи до ринкових відносин і до сьогоднішня реформування електроенергетичного сектору України залишається надто гострою проблемою. Від рівня його адаптації до ринку значною мірою залежить, як енергетична безпека країни, так і стабільний розвиток економіки в цілому. Сучасна електроенергетична галузь України знаходиться в глибокій технічній та економічній кризі і вимагає докорінної реструктуризації. Для впровадження структурних реформ необхідно здійснити ряд технічних та регулюючих заходів.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. В Україні останніми роками проведена значна робота щодо вирішення проблем електроенергетичного сектору. Питання його розвитку та удосконалення функціонування досліджувала значна кількість вітчизняних науковців, зокрема: О.Є. Перфілов, М.П. Ковалко, А.І. Шевцов, О.В. Білько, Н.А. Борисова, Я.П. Квач, О.С. Редькіна. Всі вони дійшли висновку, що лише за умов ретельного аналізу стану, проблем електроенергетичного сектору та застосуванні дієвих механізмів у цій сфері можливо досягти