

10.Chorna, N. P. (2012). Priorytetni napryamky innovatsiynoho rozvytku kharchovoyi promyslovosti u konteksti zabezpechennya prodovol'choyi bezpeky derzhavy [Priority directions of innovative development of the food industry in the context of ensuring food security of the state]. Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrayiny – Bulletin of Economic Sciences of Ukraine, 2 (22), 177–179. [in Ukrainian].

11.Chorny, R. S. (2013). Aktyvizatsiya rozvytku sfery zaynyatosti yak faktor formuvannya trudovoho potentsialu u sil's'kiy mistsevosti [Activation of the development of the sphere of employment as a factor for the formation of labor potential in rural areas]. Agrosvit – Agrosvit, 8, 38–41. [in Ukrainian].

Дані про авторів

Лалакулич Марія Юрївна,

к.е.н., доцент, професор Ужгородського торговельно–економічного інституту Київського національного торговельно–економічного університету
e-mail:Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Данные об авторах

Лалакулич Мария Юрьевна,

к.э.н., доцент, профессор Ужгородского торгового–экономического института Киевского национального торгового–экономического университета
e-mail:Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Data about the authors

Mariya Lalakulych,

Ph.D. of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Accounting and Taxation of UTEI KNTEU
e-mail:Kaf-et@uzhnu.edu.ua

УДК 330.341.1:338.48–048.42

ВАЖИНСЬКИЙ Ф.А.,
КОЛОДІЙЧУК А.В.

Перспективні напрями використання інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств в Україні

Предметом дослідження є ключові напрями використання сучасних інформаційних технологій в господарській діяльності підприємств туристичного бізнесу.

Метою дослідження є визначення перспектив та можливих напрямків використання інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств.

Методи дослідження. В роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті виділено основні перспективні напрями використання сучасних інформаційних технологій діяльності туристичних підприємств та окреслено засоби застосування сучасних інформаційних технологій в господарській діяльності туристичних підприємств.

Висновки. Результатами проведеного дослідження стали наступні висновки: виділено чотири основних перспективних напрями використання сучасних інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств: автоматизація внутрішніх бізнес–процесів; інформаційно–консультатійне, статистичне та маркетингово–інформаційне забезпечення господарської діяльності туристичних підприємств; комплексна інформаційна та рекламна підтримка процесів просування туристичного продукту через використання власного інтернет–сайту; комплексне застосування можливостей глобальних та регіональних систем бронювання турів.

Ключові слова: інформаційні технології, підприємство, туристичний продукт, інформаційні ресурси, послуги, бронювання, ринок, споживачі, постачальники.

ВАЖИНСКИЙ Ф.А.,
КОЛОДІЙЧУК А.В.

Перспективные направления использования информационных технологий в деятельности туристических предприятий в Украине

Предметом исследования являются ключевые направления использования современных

информационных технологий в хозяйственной деятельности предприятий туристического бизнеса.

Целью исследования является определение перспектив и возможных направлений использования информационных технологий в деятельности туристических предприятий.

Методы исследования. В работе использованы диалектический метод научного познания, метод анализа и синтеза, сравнительный метод, метод обобщения данных.

Результаты работы. В статье выделены основные перспективные направления использования современных информационных технологий деятельности туристических предприятий и намечены способы применения современных информационных технологий в хозяйственной деятельности туристических предприятий.

Выводы. Результатами проведенного исследования стали следующие выводы: выделены четыре основных перспективных направления использования современных информационных технологий в деятельности туристических предприятий: автоматизация внутренних бизнес-процессов; информационно-консультационное, статистическое и маркетингово-информационное обеспечение хозяйственной деятельности туристических предприятий; комплексная информационная и рекламная поддержка процессов продвижения туристического продукта через использование собственного интернет-сайта; комплексное применение возможностей глобальных и региональных систем бронирования туров.

Ключевые слова: информационные технологии, предприятие, туристический продукт, информационные ресурсы, услуги, бронирование, рынок, потребители, поставщики.

VAZHYNSKYI F.A.,
KOLODIYCHUK A.V.

Perspective directions of use of information technologies in the activity of tourist enterprises in Ukraine

The subject of the study is the key trends in the use of modern information technologies in the economic activities of enterprises of tourism business.

The purpose of the study is to determine the prospects and possible directions of the use of information technologies in the activities of tourism enterprises.

Research methods. The work uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, the method of data generalization.

Results of work. The paper highlights the main perspective directions of use modern information technologies of tourist enterprises and outlines the means of use modern information technologies in the economic activity of tourist enterprises.

Conclusions. The results of the conducted study were follows conclusions: four main directions of perspective use of modern information technologies in the activities of tourism enterprises are identified: automation of internal business processes; informational and consulting, statistical and marketing and informational support of economic activities of tourist enterprises; comprehensive informational and promotional support for the promotion of the tourism product through the use of its own website; comprehensive use of the possibilities of global and regional booking systems.

Keywords: information technologies, enterprise, tourist product, information resources, services, reservation, market, consumers, suppliers.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових процесів в Україні, створення передумов для її успішної інтеграції у світове економічне співтовариство потребують суттєвих змін у визначенні пріоритетних форм, методів і напрямів господарської активності. При цьому, безумовно, однією із найважливіших соціально-економічних галузей сві-

тової економіки є туризм. Україна володіє різноманітними туристично-рекреаційними ресурсами, а також значним потенціалом для розвитку туризму, а отже, має всі передумови, щоб увійти до найбільш розвинених у туристичному відношенні країн світу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти впровадження сучасних інформа-

ційних технологій в маркетингову діяльність туристичних підприємств були предметом досліджень багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, таких як: Г. Алейнікової, О. Ареф'євої, Г. Армстронга, А. Берези, Дж. Бернета, І. Гончарової, Н. Горбаль, Г. Картера, Л. Койка, П. Онищенко, М. Реймерса, К. Ріхтера, Е. Ромата, І. Сендіджа, Г. Титоренко, Л. Хенса та інших. Однак, варто зазначити, що більшість досліджень базується на аналізі звичайних засобів маркетингових комунікацій. Питання застосування сучасних інформаційних технологій в комунікаційних стратегіях підприємств залишаються малодослідженими, що обумовлює необхідність проведення подальших наукових досліджень у цьому напрямку.

Мета статті – визначення перспектив та можливих напрямків використання інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Сучасний туризм вступив в такий етап свого розвитку, у якому інформація та її своєчасна передача відіграють визначальну роль у всіх сферах туристичної діяльності. При цьому, пріоритетна увага повинна бути приділена саме сучасним інформаційним технологіям, які завдяки своїм унікальним властивостям будуть активно сприяти динамічному розвитку усіх секторів туристичного ринку. В умовах досить жорсткої конкуренції на українському туристичному ринку основною проблемою для українських туристичних підприємств є формування конкурентних переваг і в цих умовах способом покращення їх позицій стає активне використання у їхній практиці сучасних інформаційних технологій – повна автоматизація процесу оформлення замовлень на туристичні послуги, застосування прямих каналів комунікацій із партнерами–туроператорами, використання електронних систем бронювання турів, систем електронної пошти та Інтернету.

Перспективними напрямками застосування сучасних інформаційних технологій в діяльності українських туристичних підприємств є: 1) автоматизація внутрішніх бізнес–процесів на основі використання спеціалізованих корпоративних інформаційних систем для туристичного бізнесу; 2) інформаційно–консультаційне, статистичне, довідкове та маркетингово–інформаційне забезпечення господарської діяльності туристичних підприємств на основі використання мережі Інтернет та електронної пошти; 3) комплексна

інформаційна та рекламна підтримка процесів просування туристичного продукту через використання фірмового інтернет–сайту й інформаційних можливостей підприємств туристичної інфраструктури: туристичних порталів, баз даних туристичної інформації і т.д.; 4) забезпечення процесу продажу туристичного продукту на основі використання власного інтернет–сайту як віртуального магазину на першому етапі розвитку та комплексного застосування можливостей глобальних і регіональних систем бронювання турів (GDS–, RDS–систем) на наступних етапах інформатизації бізнесу туристичного підприємства.

Розглянемо кожний напрямок застосування сучасних інформаційних технологій в господарській діяльності туристичних підприємств більш детально.

I. Головний напрямок інформатизації та автоматизації діяльності туристичних підприємств за допомогою сучасних інформаційних технологій полягає в автоматизації внутрішніх та зовнішніх бізнес–процесів підприємства. Інформаційні технології – один із ключових ресурсів ефективного розвитку діяльності туристичного підприємства та підтримки його конкурентних переваг. На даний момент для українських туристичних підприємств, досить гострою проблемою є визначення бюджету на витрати по впровадженню автоматизованих інформаційних систем. Досвід показує, що впровадження різних комп'ютерних інформаційних систем, може принести значний прибуток для компанії, навіть при високих витратах на подібні заходи. Що стосується недоліків впровадження інформаційних систем, то головний з них – висока вартість впровадження. Впровадження в практику управління автоматизованих інформаційних систем дозволяє досягти підвищення продуктивності праці працівників, краще використовувати засоби зв'язку і автоматизації бізнес–процесів, скоротити операційні витрати, знизити собівартість, покращити якість управління і прийняття управлінських рішень та підвищити оперативність роботи апарату управління туристичного підприємства, що у сукупності забезпечить йому одержання необхідних переваг у конкурентній боротьбі на ринку.

II. Впровадження інтернет–технологій з метою формування іміджу туристичного підприємства, інформування та рекламування туристичних продуктів і їх просування на ринку. Сьогодні здійснення туристичної діяльності практично неможливе без застосування інтернет–технологій, а

ефективне рекламне та PR-просування послуг у мережі Інтернет є запорукою успішного існування будь-якої туристичної фірми. Наявність власного інтернет-сайту в мережі найчастіше стає одним із базових елементів інформаційної політики фірми, засобом формування позитивного іміджу, оперативної комунікації з потенційними клієнтами, постачальниками й діловими партнерами, методом успішного просування послуг, а також важливою інформаційною складовою діяльності підприємства. Крім того, інтернет-сайт є одним з найважливіших компонентів рекламної і PR-політики туристичного підприємства. Найбільш простою формою подання інформації про туристичне підприємство є веб-сторінка, тобто лаконічна довідка про фірму, створення якої включає підбір текстового і графічного матеріалу, професійне технічне виконання запланованого. Складнішою формою інтернет-сайту є рекламний сервер, мета створення якого – розміщення даних про підприємство та його послуги в Інтернеті. Рекламний сервер здатен забезпечити туристичному підприємству рекламу та презентацію. Наступним рівнем в ієрархії інтернет-сайтів можна вважати інформаційні сервери, за допомогою яких можна вирішити проблему інформування своїх партнерів про зміни цін, призначення нового менеджера і т.д. Найбільш складними за виконанням, але доволі перспективними є системи електронної комерції і складні інформаційні системи, до яких можна віднести й великі туристичні портали, що містять максимум інформації про все, що пов'язане з туризмом і подорожами.

III. Впровадження сучасних технологій для забезпечення інформаційних потреб господарської діяльності туристичних підприємств. Інформаційні і комп'ютерні технології у туризмі використовують для збору не тільки зовнішньої інформації, але й для аналізу внутрішньої інформації, а також для створення системи управлінської інформації.

IV. Організація продажу туристичних послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій. В найближчій перспективі основним напрямком розвитку туристичного бізнесу на базі інтернет-технологій залишиться, як і раніше, бронювання місць у готелях та продаж авіаквитків. Робота з системами бронювання через Інтернет дозволить не тільки одержувати оперативну й достовірну інформацію про ціни та кількість вільних місць на турах різних туристичних операторів у будь-який момент часу,

але й мати можливість стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення. Найбільш сучасні системи бронювання використовують у якості засобів зв'язку мережу Інтернет, а в якості терміналу – звичайний комп'ютер; при цьому витрати на роботу через них невисокі і тому вони доступні навіть невеликим фірмам. В той же час, слід зазначити, що на шляху успішної реалізації інтернет-проекту з організації системи «он-лайн» бронювання турів українських туристичних підприємств існують і визначені перешкоди, такі як відсутність надійних й популярних платіжних систем, недостатньо високий рівень життя населення, відсутність чіткої законодавчої бази.

Найбільш досконалим інструментом організації продажу туристичних послуг із використанням сучасних інформаційних технологій є використання електронних систем резервування турів, які не лише забезпечують інформаційні потреби туристів, але й дають можливість здійснювати придбання туристичних послуг.

Висновки

Отже, основними перспективними напрямками застосування сучасних інформаційних технологій в діяльності українських туристичних підприємств є: автоматизація внутрішніх бізнес-процесів на основі використання спеціалізованих корпоративних інформаційних систем для туристичного бізнесу; інформаційно-консультаційне, статистичне, довідкове та маркетингово-інформаційне забезпечення господарської діяльності туристичних підприємств на основі використання мережі Інтернет й електронної пошти; комплексна інформаційна і рекламна підтримка процесів просування туристичного продукту через використання власного інтернет-сайту та інформаційних можливостей підприємств туристичної інфраструктури – інтернет-сайтів туристичних мереж, туристичних порталів, баз даних туристичної інформації і т.д.; забезпечення процесу продажу туристичного продукту на основі використання власного інтернет-сайту як віртуального магазину та комплексного застосування можливостей глобальних і регіональних систем бронювання турів.

Список використаних джерел

1. Алейникова Г. М. Организация и управление тур-бизнесом: учеб. пособие // Донецкий институт туристического бизнеса. Донецк, 2002. 184 с.

2. Армстронг Г. Маркетинг / пер. с англ. М.: Діалектика, 2001. 601 с.

3. Береза А. М. Основи створення інформаційних систем: навч. посіб. К.: Київський національний економічний університет, 2001. 139 с.

4. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В., Молнар О. С. Диверсифікація та кооперація розвитку сільських територій регіону // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2011. Вип. 33, Ч. 3. С. 125–129.

5. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2009. Вип. 19.1. С. 125–130.

6. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Механізм регулювання інвестиційної діяльності в регіоні // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2010. Вип. 20.7. С. 138–143.

7. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Черторицький В. М. Фактори інноваційного розвитку промисловості // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2011. Вип. 21.11. С. 201–205.

8. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.9. С. 191–196.

References

1. Aleynikova, G. M. (2002). Organizatsiya i upravleniye turbiznesom [Organization and management of the tourist business]: Manual. Donetsk: Donetsk Institute of Tourist Business. [in Ukrainian].

2. Armstrong, G. (2001). Marketing [Marketing]. Translated from English. Moscow: Dialectics. [in Russian].

3. Bereza, A. M. (2001). Osnovy stvorennya informatsiynykh system [Fundamentals of information systems creation]: Manual. Kyiv: Kyiv National Economic University. [in Ukrainian].

4. Vazhynskyy, F. A., Kolodiychuk, A. V., & Molnar, O. S. (2011). Dyversyfikatsiya ta kooperatsiya rozvytku sil's'kykh terytoriy rehionu [Diversification and co-operation of the development of rural areas of the region]. In Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya: Ekonomika [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics]: Vol. 33 (3) (pp. 125–129). [in Ukrainian].

4. Vazhynskyy, F. A., Kolodiychuk, A. V., & Molnar, O. S. (2011). Dyversyfikatsiya ta kooperatsiya rozvytku sil's'kykh terytoriy rehionu [Diversification and co-operation of the development of rural areas of the region]. In Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya: Ekonomika [Scientific

Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics]: Vol. 33 (3) (pp. 125–129). [in Ukrainian].

5. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryemstv [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19.1 (pp. 125–130). [in Ukrainian].

6. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2010). Mekhanizm rehulyuvannya investytsiynoyi diyal'nosti v rehioni [Mechanism for regulation of investment activity in the region]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 20.7 (pp. 138–143). [in Ukrainian].

7. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., & Chertoryzhskyy, V. M. (2011). Faktory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti [Factors of innovation development of industry]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 21.11 (pp. 201–205). [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., Pisnyy V. M., & Semchuk Zh. V. (2009). Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu [The essence of innovation, the structure and the main stages of the innovation process]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19.9 (pp. 191–196). [in Ukrainian].

Дані про авторів

Важинський Федір Анатолійович,

к.е.н., старший науковий співробітник, ДУ Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України
e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Колодійчук Анатолій Володимирович,

к.е.н., доцент, Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету
e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Данные об авторах

Важинский Федор Анатольевич,

к.э.н., старший научный сотрудник, ГУ Институт региональных исследований им. М.И. Долишнего НАН Украины

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Колодийчук Анатолий Владимирович,

к.э.н., доцент, Ужгородский торговельно-экономический институт Киевского национального торговельно-экономического университета

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Data about the authors

Fedir Vazhynsky,

Ph.D., Senior Researcher, SI «Institute of Regional Research n.a. M. I. Dolishnyi of the NAS of Ukraine»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Anatolij Kolodiychuk,

PhD, Associate Professor of Uzhgorod Trade and Economic Institute of the Kyiv National Trade and Economic University

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

МУСИЄНКО В.Д.,
ПОЛОХАЛО Д.І.

Формування стратегії економічного зростання вертикально-інтегрованої компанії

Предмет дослідження – аналіз факторів та стратегій, що впливають на економічне зростання підприємства.

Метою написання **статті** є розробка стратегії економічного зростання вертикально-інтегрованої компанії, з урахуванням найбільш впливових факторів та стану підприємства на ринку збуту.

Методологія написання статті – стратегії та фактори економічного зростання вертикально-інтегрованої компанії, показники та чинники впливу, динаміка факторів економічного зростання підприємства, формування стратегії.

Результати роботи – розглянуто сутність та стратегії економічного зростання вертикально-інтегрованої компанії. Визначено основні чинники впливу на економічне зростання підприємства, виокремлено найбільш значимі чинники впливу ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». Побудовано динаміку економічних показників, досліджено їх зміни за період п'яти років. На основі показників сформовано найбільш притаманну досліджуваному підприємству стратегію економічного зростання вертикально-інтегрованої компанії.

Висновки – досліджено види стратегій економічного зростання, розглянуто динаміку факторів впливу на економічне зростання вертикально-інтегрованої компанії, що дало змогу оцінити економічний стан підприємства, для подальшого формування підходящої стратегії економічного зростання.

Ключові слова: економічне зростання, стратегії економічного зростання, фактори впливу, інноваційний розвиток, ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг».

МУСИЄНКО В.Д.,
ПОЛОХАЛО Д.І.

Формирование стратегии экономического роста вертикально-интегрированной компании

Предмет исследования – анализ факторов и стратегий, влияющих на экономический рост предприятия.

Целью написания **статьи** является разработка стратегии экономического роста вертикально-интегрированной компании, с учетом наиболее влиятельных факторов и состояния предприятия на рынке сбыта.

Методология написания статьи – стратегии и факторы экономического роста вертикально-интегрированной компании, показатели и факторы влияния, динамика факторов экономического роста предприятия, формирование стратегии.

Результаты работы – рассмотрена сущность экономического роста и стратегий экономического роста вертикально-интегрированной компании. Определены основные факторы влияния на экономический рост предприятия, выделены наиболее значимые факторы влияния ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог». Построено динамику экономических показателей, исследованы их изменения за период пяти лет. На основе показателей сформировано наибо-