

модель реформування, затвердити її урядом, навчити персонал; законодавче та нормативне забезпечення є ключовими питаннями, яке необхідно вирішувати найближчим часом; вантажні перевезення є провідними в залізничному секторі України, оскільки вони відіграють основну роль в економічній ситуації. Вони повинні бути економічно ефективними (в сенсі витрат) і задовольняти потреби економіки. Саме з цих причин вони повинні стати автономними, щоб мати сильні стимули для реструктуризації і комерційного динамізму; на першому кроці, вантажні перевезення повинні залишитися частиною загальнонаціональної структури, як ключова складова української економіки. Однак менеджмент вантажних перевезень повинен усвідомлювати зростаючу важливість конкуренції з боку автомобільного і водного видів транспорту на відкритому ринку і готуватися до досягнення максимальної ефективності управління, у т.ч. скорочення витрат, модернізації та задоволення потреб користувачів; пасажирські перевезення повинні бути розділені на дальні міжміські перевезення та інші види перевезень; обидва види перевезень повинні впроваджувати інновації в транспортне обслуговування та інвестувати в рухомий склад, а також в покращення інфраструктури; суспільно значимі перевезення повинні в майбутньому купуватися (державою, ін., франшизи) і відповідним чином відшкодовуватися органами влади в рамках довгострокових контрактів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Концепція Державної програми реформування залізничного транспорту, схвалена Розпорядженням КМУ від 27.12.2006 р. №651-р.
2. Белая Книга. Европейская транспортная политика до 2010 года: время решать. Транспорт – важнейшее направление и движущая сила интеграции / Международная академия транспорта, Всемирная организация автомобильного транспорта, Ирмаст-Холдинг. – М.: ПолиграфСервис XXI, 2003, 192 страницы.
3. Сервер Европы о Европейском Союзе. – Режим доступа: [http:// europa.eu.int](http://europa.eu.int)
4. Організаційно-економічний механізм реформування залізничного транспорту / М.В. Макаренко, Т.І Лозова, Г.Ю. Олійник та ін. – К.: КУЕТТ, 2007. – 428 УДК 004.738.5:379.85(043.2)

Ю.В. Фісун

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Інтернет-методики оцінки якості туристичних послуг споживачами. Процес використання інформаційних технологій для забезпечення якості туристичних послуг з метою дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість.

Ключові слова: інформаційні технології, сфера туризму, маркетингові функції, сучасний маркетинговий інструментарій.

Інтернет-методики оцінки качества туристических услуг потребителями. Процесс использования информационных технологий для обеспечения качества туристических услуг с целью соблюдения субъектами туристической деятельности комплекса взаимодействующих и взаимодополняющих требований, которые формируют качество.

Ключевые слова: информационные технологии, сфера туризма, маркетинговые функции, современный маркетинговый инструментарий.

Internet methods of estimation of quality of tourist services by users. Process of the use of information technologies for providing of quality of tourist services with the purpose of observance of tourist activity of complex of interactive and взаимодополняющих requirements which form quality subjects.

Keywords: information technologies, sphere of tourism, marketings functions, modern marketing tool.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації значно зростає роль інформаційних технологій як важливого інструменту в підвищенні ефективності управління підприємствами. Специфічні особливості створення та реалізації туристичних послуг (велика кількість учасників та значна їх географічна роз'єднаність, розгалужена система взаємовідносин суб'єктів туристичного ринку, територіальна диференціація туристичного продукту, віддаленість місця реалізації туристичних послуг від місця їх споживання) обумовлюють необхідність підвищення рівня забезпечення системи управління сучасними інформаційними технологіями (ІТ).

Актуальність. На тлі загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, загальносвітової тенденції до посилення ролі держав у забезпеченні розвитку туризму, вітчизняний національний туристичний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним, як наслідок, сфера туризму у державі не спроможна забезпечити повноцінного виконання економічних, соціальних і гуманітарних функцій, не сприяє збереженню довкілля та культурної спадщини, наповненню бюджетів усіх рівнів.

Аналіз процесів, що відбуваються в галузі, свідчить про неадекватність рівня застосування інформаційних технологій у діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання у сфері туризму їх розвитку та впровадженню в туристично розвинених країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішення вищезазначених завдань має базуватись на дослідженні наявних сучасних інформаційних технологій, їх застосуванні та впливу на різні стадії створення і просування туристичного продукту та аналізі розвитку вітчизняного туристичного бізнесу в цілому. Питання аналізу інформації як фактору виробництва і процесу перетворення її в пріоритетний фактор сучасних виробничих відносин, сутності інформаційних технологій і напрямів їх застосування в діяльності підприємств виробничої сфери та сфери послуг, процесів інформатизації суспільства стали предметом дослідження у працях таких вчених, як: А. Богачевський, А. Бондаренко, В. Брижко, В. Василенко, Н. Винер, О. Гальченко, Н. Гарнхем, Л. Мельник, П. Нестеров, О. Оліфіров, О. Орехов, А. Орлов, А. Останець, В. Пастухова, О. Паршина, Ю. Паршин, Т. Писаревська, А. Чорнобров, О. Щедрін та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Інформація є необхідною передумовою поєднання та подальшого

органічного зростання процесів в управлінні суб'єктами туристичної діяльності. Здійснено науково-теоретичну адаптацію положень теорії інформації до сфери туризму в контексті управління туристичним підприємством.

Туристичний ринок є одним із найбільш динамічних та, на відміну від інших ринків, характеризується великою кількістю учасників, значною їх географічною роз'єднаністю, швидким оновленням інформації. За три останні роки темпи розвитку світового туризму зросли на 20%. Особливо значним є зростання туристських прибуттів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (на 29%) та на Близькому Сході (на 23%). На цьому фоні вітчизняний туризм характеризується зменшенням темпів зростання на 3,4 %. Однією з причин є недостатність інформації та реклами вітчизняного туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, недосконалість механізму інформаційного обміну між суб'єктами туристичної діяльності.

Посилення ролі інформації в економічному житті суспільства сприяло переходу вітчизняної економіки на інноваційну та інформаційну стадію її розвитку. Такі зміни обумовили необхідність перегляду періодизації історичних аспектів розвитку інформаційних систем. При цьому, такі загальноприйняті стадії, як рання, початкова, помірною розвитку доповнено стадією активного масового розвитку інформаційних систем, що пов'язано з процесами віртуалізації. Виявлено закономірності трансформації змістовної сутності понять у сфері інформаційних систем відповідно до вимог сучасної стадії їх розвитку. ерехід до стадії активного масового розвитку інформаційних систем окреслив питання, пов'язані з необхідністю визначення функціональності цього явища. В роботі узагальнено функції інформаційних систем, які на практиці повинні реалізовуватись інтегровано, забезпечуючи узгоджену їх взаємодію та зумовлюючи ефективне функціонування усієї інформаційної системи.

Виклад основного матеріалу. В умовах нестабільного конкурентного зовнішнього середовища стратегічний менеджмент підприємств туристичної сфери характеризується великими обсягами інформації, для отримання та перетворення якої використовуються різноманітні інформаційні технології, що кардинально змінюють організацію стратегічного менеджменту на підприємстві, значно скорочують фінансові та трудові витрати на обробку інформації, підвищують точність розрахунків і оперативність даних. Враховуючи циклічність управлінського процесу, розроблену науковцем В. Пастуховою, запропоновано модель використання інформаційних технологій у стратегічному менеджменті туристичних підприємств з виділенням таких блоків управлінських дій: визначення цільових орієнтирів; аналітичний блок; розроблення стратегії; реалізація стратегії; оцінювання стратегії і контроль за її реалізацією. За допомогою змістовно-логічних методів узагальнено та доповнено етапи розвитку стратегій інформаційних систем підприємств.

Виявлено, що підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому туристичному ринку, оптимізація внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів здійснюється за умови інтеграції системи з можливостями Інтернет. У результаті такі стадії еволюції бізнес-стратегій інформаційних систем туристичних підприємств, як орієнтація на продаж, маркетинг (споживача) і конкурентів доповнено переходом до оптимізації внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів.

Для виконання маркетингових функцій підприємствами туристичної індустрії застосовуються різноманітні інформаційні технології, оскільки саме вони спрощують вирішення складних завдань у динамічному діловому оточенні, яке постійно змінюється. Встановлено, що інформаційні технології забезпечують підтримку маркетингу двома основними способами: шляхом надання інформації, необхідної для прийняття маркетингових рішень, забезпечення каналами для надання послуг новими способами. Визначено основні напрями використання маркетингової інформації в туризмі: маркетингові дослідження; маркетингова стратегія; сегментація ринку; розробка номенклатури та обсягів виробництва туристичних послуг; політика ціноутворення; формування попиту і управління збутом; маркетингові комунікації. Виокремлено такі маркетингові функції, як: маркетингові дослідження; удосконалення туристичного продукту; комунікаційна політика; розповсюдження продукту та реалізація маркетингових заходів. На основі проведених досліджень виявлено основні напрями впровадження різноманітних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств для забезпечення ефективної реалізації маркетингових функцій.

Реалізація маркетингових функцій у туризмі за допомогою інформаційних технологій обумовлює розвиток електронного бізнесу в цілому. За результатами аналізу теоретичних підходів визначено поняття "електронний бізнес", який являє собою економічну діяльність, спрямовану на здійснення основних бізнес-процесів із використанням інформаційних і телекомунікаційних технологій з метою отримання вигод. Враховуючи особливості глобальної економіки і досвід роботи підприємств у сфері електронного бізнесу, виявлено основні його складові (е-маркетинг, е-комерція) та більш детально охарактеризовано їх з урахуванням галузевої специфіки. Спираючись на результати аналізу міжнародних документів з питань якості туристичних послуг, а також наукові публікації і розробки у сфері туризму, уточнено поняття "управління якістю туристичних послуг". Управління якістю туристичних послуг - це управлінський процес, який спрямований на координацію дій усіх суб'єктів туристичної діяльності із забезпечення та поліпшення якості туристичних послуг у межах системи. Одночасно, система управління якістю туристичних послуг - це система, яка інтегрує діяльність різних суб'єктів туристичної діяльності та орієнтує їх на

досягнення та підтримання відповідного рівня якості туристичних послуг, що повністю задовольнить потреби туриста найбільш економним шляхом.

Висновки. Проведені Інтернет-опитування туристів, які скористались послугами українських авіакомпаній, свідчать про в цілому позитивне оцінювання туристами якості авіаційних послуг, зокрема: 74 % опитаних пасажирів вважають, що рівень сервісу в цілому відповідає їх очікуванням; 15 % - перевищують очікування і 11 % - залишились незадовольнені. Основними факторами впливу на рівень задоволеності обслуговування авіакомпаніями є: своєчасність вильоту; якість передпольотного обслуговування; відповідність між ціною і якістю. Використання такого сучасного маркетингового інструментарію, як Інтернет-опитування дає можливість висловитись максимально великій кількості клієнтів аеропорту з питань якості послуг і врахування їх побажань та є поштовхом для удосконалення існуючих сервісів і запровадження нових.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ткаченко Т.І. Тенденції розвитку світового туризму [Текст] / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - 2004. - № 6. - С. 80-85.
 8. Мельниченко С.В. Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери / С.В. Мельниченко, Л.В. Мельниченко // Фінанси України. - 2004. - № 11. - С. 55-62.
 2. Мельниченко С.В. Формування маркетингової політики в сфері сільського туризму України [Текст] / С.В. Мельниченко // Вісн. ДГТБ. - 2005. - №9.-С. 196-201.
 3. Мельниченко С.В. Туризм: тенденції та перспективи розвитку [Текст] / С.В. Мельниченко // Наук. вісн. Чернівець. торг.-екон. ін-ту КНТЕУ. — 2005. - Вип. 3 : Екон. науки. - С. 29-33.
 4. Ведмідь Н.І. Інформаційні туристичні ресурси в Інтернеті [Текст] / Н.І. Ведмідь, С.В. Мельниченко // Вісн. Львів. комерц. акад. - 2006. -С. 533-542. - (Серія економічна; вип. 20).
 5. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в комп'ютеризації управлінської діяльності туристичних підприємств [Текст] / С.В. Мельниченко // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. - 2006. - Вип. 219; т. 2. - С. 351-356.
- УДК 338.24:29

О. В. Гребенюк, О. О. Демешок

ОЦІНЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АЦІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТАТНЬОГО РІВНЯ ЇЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Визначено основні проблеми формування інформаційного забезпечення національної промисловості, обґрунтовано цільність зв'язку між інноваційною активністю суб'єктів господарювання та масштабами розвиненості інформаційного потенціалу.

Ключові слова: інформаційна та економічна безпека, інноваційні витрати та інформатизація промислового виробництва, інформаційні технології в промисловості.

Определены основные проблемы формирования информационного обеспечения национальной промышленности, обосновано силу связи между