

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITION OF SERVICE BUSINESS BY USING MODERN INFORMATION TECHNOLOGY

УДК 658.64

Бакало Н.В.к.е.н., доцент кафедри туризму та адміністрування
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка**Стригун В.Ю.**студент
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка**Чорноморд О.І.**

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

У статті розкрито сутність управління конкурентною позицією на підприємствах сфери послуг, де використовуються сучасні інформаційні технології. Зокрема, висвітлено посилення конкурентних позицій підприємств сфери послуг за рахунок новітньої інформаційної технології блокчейн.

Ключові слова: інформаційні технології, конкурентна позиція, сфера послуг, конкуренція, блокчейн.

В статье раскрыта сущность управления конкурентной позицией на предприятиях сферы услуг, где используются современные информационные технологии. В част-

ности, раскрыто усиление конкурентных позиций предприятий сферы услуг за счет новейшей информационной технологии блокчейн.

Ключевые слова: информационные технологии, конкурентная позиция, сфера услуг, конкуренция, блокчейн.

The article reveals the essence of management of competitive position in the service industry that uses modern information technology. Specifically, highlighted strengthening the competitive position of service businesses due to new information technologies – blockchain.

Key words: Information technology, competitive position, services, competition, blockchain.

Постановка проблеми. Об'єктивний процес формування ринкового середовища вимагає від суб'єктів господарювання забезпечення ефективного функціонування та швидкої адаптації до нових умов. Зацікавленість підприємств в успіху на ринку посилює необхідність підвищення конкурентоспроможності пропонуванних товарів чи послуг. Ураховуючи те, що підприємство наділене сучасними інформаційними технологіями, такому підприємству ще важче утримати свою позицію на ринку, адже з кожним днем технології кожної фірми випереджають одна одну. Конкурентоспроможність та конкурентна позиція на ринку виступають найважливішими чинниками забезпечення безпеки об'єкта туристичних послуг, його виживання в умовах фінансово-економічної кризи та відіграють велику роль у подальшому ефективному розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання конкуренції, утримання конкурентної позиції на ринку, конкурентоспроможність підприємства та інформаційні технології у сфері послуг розглядалося багатьма науковцями. Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і в туризмі здійснювали: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, Д. Купінський, С. Мельниченко та багато інших. Наприклад, у монографії С. Мельниченко висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі. Також визначено роль і місце інформаційних технологій у менеджменті та маркетингу туристичних підприємств. Дослідженню методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємств присвячено праці відомих закордонних та вітчизняних учених, зокрема Г. Азоева, С. Гаврилюка, Ю. Іванова, М. Портера, О. Чепурної.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі управління конкурентною позицією підприємств сфери послуг за рахунок використання сучасних інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Досягнення поставлених цілей та завдань на підприємствах сфери обслуговування зумовлюється його попитом на послуги у покупців. У межах конкурентного середовища, яке пропонує широкий вибір виробників послуг, попит на продукцію чи послугу залежить від результатів порівняння споживачами вартісних та споживчих якостей послуг з аналогами, що існують на ринку. Для одержання підприємства сфери послуг перемоги в конкурентній боротьбі воно повинно володіти значними перевагами порівняно з конкурентами.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг із використанням інформаційних технологій виділено множину характеристик, які можуть виступати факторами конкурентних переваг на сучасному інтернаціоналізованому ринку розроблення програмного забезпечення. Множина ключових показників конкурентоспроможності підприємств інформаційних технологій формується на основі узагальненої класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств. Найвагомішими з них є ціна розробки, рівень кваліфікації розробників, науково-технічний потенціал співробітників, присутність та поширеність позитивних відгуків інших замовників, наявність та реалізація програм лояльності на підприємстві, ціна експлуатації, наявність та доступність документації на розроблений програмний продукт, час розроблення, вартість упровадження [1].

Сфера послуг та туризму є інформаційно збагаченою, оскільки характеризується багатогранністю ділових зв'язків із партнерами, динамікою бізнес-процесів, унікальністю туристичних послуг,

високим рівнем конкурентоспроможності та технологічними вдосконаленнями. Нині розвиток та існування туристичного бізнесу на ринку послуг неможливі без упровадження сучасних інформаційних технологій, що забезпечують: якість послуг, зв'язок та передачу даних, ефективність діяльності та поліпшення швидкості обслуговування, можливість виконувати запити кожного індивідуального клієнта та забезпечення ефективної роботи в зворотному напрямі [3].

На даному етапі розвитку суспільства існують такі види інформаційних технологій (табл. 1).

Зростання конкурентоспроможності будь-якого підприємства світового туристичного ринку, поліпшення та оптимізація зовнішніх і внутрішніх бізнес-процесів здійснюється лише за умови повної інтеграції з потужностями мережі Інтернет. Результатом такої діяльності як орієнтація на маркетинг (клієнта), продаж і конкуренцію стає оптимізація зовнішніх та внутрішніх бізнес-процесів [2].

Туристична галузь є переплетінням великої кількості інформації та по праву вважається однією з найдинамічніших галузей економіки. Туристична діяльність пов'язана з величезною кількістю різноманітних даних, які необхідно обробляти, фільтрувати, здійснювати пошук найважливішого та відкидати непотрібне. Потік інформації постійно збільшується, завдання стають складнішими, тому запровадження та використання інформаційних технологій стає основоположним складником діяльності професіоналів туристичної сфери та є важливим чинником успіху.

Ключем до вирішення даних проблем може стати новітня інформаційна технологія, що застосовується на ринку туристичних послуг, – блокчейн, яка в потрібних руках і з правильним підходом принесе значну користь суспільству.

Термін Blockchain частково характеризує свої завдання і призначення. Частина Block – це блоки, chain – ланцюжок. Виходить, що блокчейн – це ланцюжок блоків із суворю послідовністю елементів.

Блоки – це, відповідно, дані про транзакції, угоди та контракти всередині системи, представлені в криптографічній формі. Блокчейн можна уявити у вигляді облікової книги, яка є у кожного учасника події й яка постійно оновлюється. По суті, у цю книгу можна вписати будь-яку подію – від фінансових операцій із криптовалютами Bitcoin, Ethereum до результатів на виборах президента чи ідентифікаційних даних [4].

Головною особливістю даної технології є те, що сторінки (блоки) цієї книги одночасно зберігаються у всіх користувачів мережі, постійно оновлюються і посилаються на старі сторінки. Якщо хтось спробує обманути систему, вирвавши чи вклеївши в книгу якусь сторінку, то система відразу ж звернеться до десятків тисяч інших версій цієї книги і помітить невідповідність у структурі блоків.

Від самого початку блокчейн був (і залишається) основою криптовалюти Bitcoin, але з плином часу він розповсюдився в різноманітні галузі, зокрема і в туристичну.

Використання технології блокчейн у туризмі є досить багатограним, це підтверджує й низка цікавих проектів: Lock Chain усуває посередників, підвищує якість і знижує вартість; Travel Chain – база інформації, яка допоможе туристам вибрати найкращу пропозицію та отримати масу цікавих та корисних порад щодо складання бюджету; Winding Tree знижує вартість послуг і скорочує процес вибору [4].

Технологія блокчейн має низку переваг (рис. 1).

Варто згадати ще одну (найбільш сумлінну) систему в туризмі – Channel Managers («управління каналами») – це інформаційні системи – своєрідні шлюзи, що підключаються по API до безлічі OTA і GDS, вони дають змогу готелю управляти каналами продажів і номерним фондом з одного місця і надають зручні інтерфейси для управління замовленнями.

Як правило, один готель представлений відразу на великій кількості онлайн-турагентствах, а також його номерний фонд розміщений одно-

Таблиця 1

Види інформаційних технологій

Вид	Характеристика
інформаційна технологія опрацювання даних	використовується для розв'язання добре структурованих задач, стосовно яких є необхідні вхідні дані і відомі алгоритми та інші стандартні процедури їх опрацювання
інформаційна технологія керування	задоволення інформаційних потреб усіх без винятку співробітників фірми, що мають справу з прийняттям рішень, орієнтована на роботу в середовищі інформаційної системи керування і використовується за більш поганої структурованості розв'язуваних задач, якщо їх порівнювати із задачами, які розв'язуються за допомогою інформаційної технології опрацювання даних
інформаційна технологія підтримки прийняття рішень	інтерфейс визначають: мова користувача; мова повідомлень комп'ютера, що організовує діалог на екрані дисплея; знання користувача
інформаційна технологія експертних систем	дає можливість отримувати менеджеру необхідну інформацію для прийняття рішень із будь-яких проблем за наявності відповідної бази знань

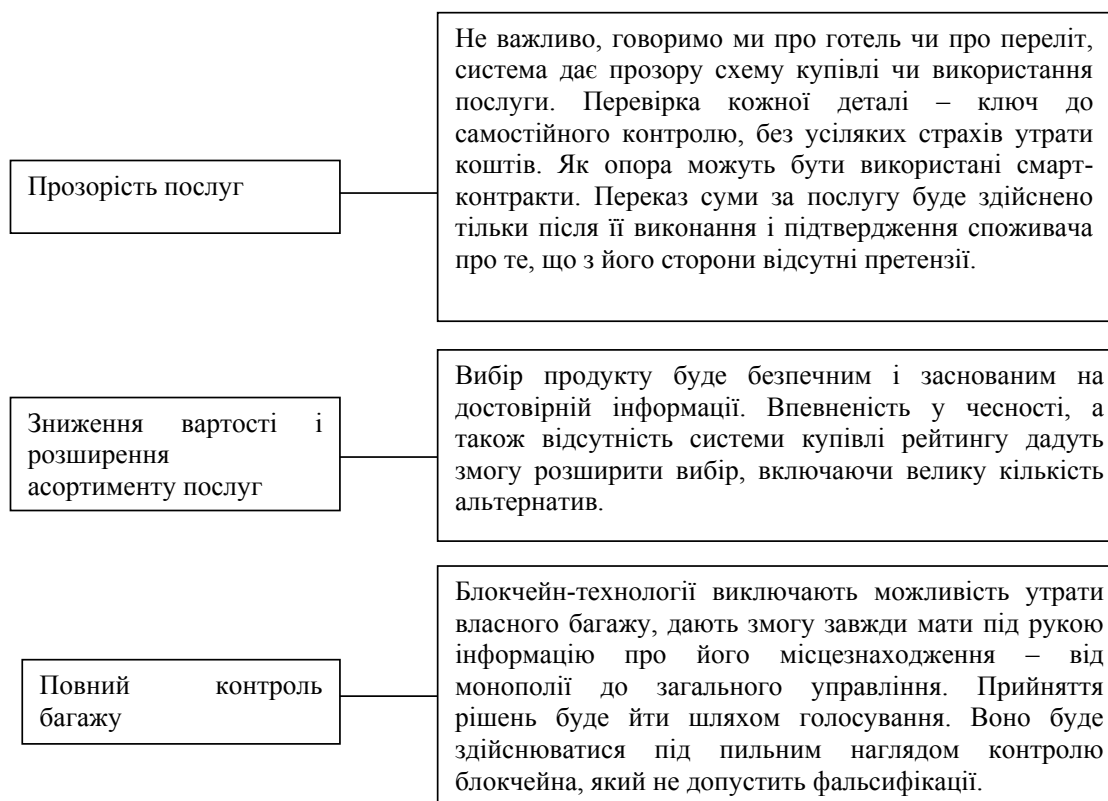


Рис. 1. Переваги застосування технології блокчейн у туризмі

часно в декількох GDS. Керувати бронюванням, оплатами, уникаючи овербукінга, в десятках інтерфейсів нереально, для цього й існують Channel Managers.

Вони також вносять свою частку в ціну номерів. Channel Managers – прогресивні та інноваційні компанії, конкуренція мотивує їх розвиватися, збільшувати охоплення майданчиків для розміщення, швидкість обробки замовлень, пропонувати готелям безліч корисних функцій, таких як інтегровані CRM, відстежити бронювання тощо. Конкуренція стримує їх від необґрунтованого підвищення цін.

За останній рік у світі народилися сотні блокчейн-проектів, але лише невелика їх частина несе дійсно практичний сенс, підкріплений попитом у глобальному масштабі.

Некомерційний проект Winding Tree – один з них, це платформа, яка покликана змінити світовий туристичний ринок. Вона вже створюється, і на неї є попит від великих світових авіакомпаній (Lufthansa, Air New Zealand, Swiss) і мережевих готелів (Nordic Choice Hotels).

Інші стартапи, що приносять блокчейн у туризм, є суто комерційними підприємствами, такі як LockChain.

Winding Tree – це децентралізована мережа дистрибуції туристичних послуг. Вона побудована на платформі Ефіріум і є суспільною власністю. Мережа з'єднує покупців і продавців за допомогою

смарт-контрактів, а учасники платформи можуть спільно їй управляти.

Winding Tree не оподатковує постачальників ніякою платою за розміщення ресурсів, не стягує комісію за бронь. Але все ж у системі буде присутня мінімальна плата за транзакцію – частки відсотків, щоб зацікавлювати майнерів в наданні обчислювального ресурсу для мережі. Ця комісія має суто технологічний характер (як плата за телефон в офісі турфірми), вона несуттєва і не впливатиме на загальну ціну або склад бронювання.

Постачальники можуть призначати комісію за кожного залученого клієнта, якщо побажають. Якщо винагороду за клієнта встановлено, будь-яка особа, яка залучає клієнта для постачальника, автоматично отримує реферальну суму від готелю.

Чому конкуренція стане можливою?

Платформа не припускає комісій та абонентських плат, отже, готелям і авіакомпаніям не потрібно закладати їх у ціни. Постачальники додають до базової ціни лише припустиму комісію за бронь для агентств, наприклад 5%, а не 25% як може вимагати Priceline.

Отже, й агенти продадуть ті ж самі квитки і номери, але вже за нижчими цінами. Конкуренція буде перешкоджати спробам агентів прирівняти нові ціни до старих.

У результаті може наступити масова відмова турагентств і сайтів бронювання від GDS – у них

з'явиться спосіб отримувати ту ж інформацію, але в більш якісному вигляді, і пропонувати послуги туристам за меншими цінами, не втративши в комісії.

Новий спосіб збуту буде стимулювати не тільки агентства, а й постачальників ресурсів йти від GDS. Їм буде не вигідно платити абонентську плату і закладати її в ціни, коли можна виставляти ресурси безкоштовно і знижувати ціну як конкурентну перевагу без утрати маржі.

Готелям доведеться розривати відносини з найбільшими онлайн-турагенціями, оскільки вони більше не зможуть підтримувати угоду про паритет цін і розміщувати на них найнижчу вартість. На новій платформі кімнату можна буде виставити на 15–20% дешевше, а велика кількість підключених агентів зроблять продажі не менше найбільших онлайн-турагенцій.

Отже, використання у близькому майбутньому новітньої технології блокчейн, систем Winding Tree, Channel Managers, проєктів Lock Chain, Travel Chain стане основоположним фактором конкурентної боротьби між туристичними підприємствами. Слід зауважити, що фірми, які володіють новітніми інформаційними технологіями, мають більший попит на ринку і, відповідно, приносять більше суттєві доходи порівняно з найближчими конкурентами, які користуються застарілими методами та технологіями.

Висновки з проведеного дослідження. Для формування конкурентної позиції на підприємствах сфери послуг необхідно формувати переваги та конкурентні позиції підприємства. У сучасних умовах підвищеної конкуренції, коли з кожним днем на ринку з'являються нові імена у сфері послуг мало бути просто корисним, потрібно з кожним днем розробляти нові заходи для підвищення

конкурентоспроможності підприємства і збереження гідної позиції на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 7. С. 41–42.
2. Ліфіц І.М. Конкурентоспроможність товарів і послуг: навч. посіб. М.: Вища освіта, 2007. 390 с.
3. Маховка В.М. Інтерактивні та Smart-технології в туризмі. Методологія та практика сталого розвитку туризму: кол. монографія. Полтава: Астроя, 2018. С. 148–154.
4. Наміот Д.Е., Купріяновський В.П. Інформаційні технології в розумному місті. International Journal of Open Information Technologies. 2017. № 3. vol. 5. URL: injoit.org/index.php/j1/article/download/397/370.

REFERENCES:

1. Blyzniuk S.V., A.V. Ostapenko. (2011) Konkurentnyi potentsial pidpriemnytstva yak katehoriia suchasnykh ekonomichnykh doslidzhen [Competitive potential of entrepreneurship as a category of modern economic research]. Mykolaiv: BSNU (in Ukrainian)
2. Lifits I.M. (2007) Konkurentospromozhnist tovariv i posluh [Competitiveness of goods and services]. Moscow: Higher Education, p. 390. (in Russian)
3. Makhovka V. M. (2018) Interaktyvni ta Smart-tehnologhii v turyzmi [Interactive and Smart Technology in Tourism]. Poltava: PP "Astraia", pp. 148-154. (in Ukrainian)
4. Namiot D.E., V.P. Kupriianovskiyi (2017) Informat-siini tekhnolohii v rozumnomu misti [Information technology in a smart city]. International Journal of Open Information Technologies, vol. 5, no. 3. Available at: injoit.org/index.php/j1/article/download/397/370 (accessed 30 March 2018)

Bakalo N.V.Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Tourism and Administration Department
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University**Stryhun V.Y.**

Student

Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

Chornomord O.I.

Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

**MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITION OF SERVICE BUSINESS
BY USING MODERN INFORMATION TECHNOLOGY**

In the article, the essence of competitive position management of a services enterprise with the help of modern information technologies.

The choice of these topics was due to the fact that for today information technologies for services companies are an integral aspect of reaching goals and maximizing profits. Found that tourist market is information-rich and one of the most dynamic branches in the development of latest technologies.

In these papers, there are considered the types of information technologies, which are used in tourism, namely: the technology of data processing, the technology of management, information technology of decision support, information technology of expert systems.

There is carried out the analysis of available modern information technologies and their future alternative, which will appear in the market for services in the near future. The role of the introduction of modern information technologies is revealed. These technologies are used for improving the quality of services, communication and data transmission, the efficiency of operations, and improvement of speed of customer service, ability to fulfil the inquiries of each individual consumer of a tourist product and ensure effective work in opposite direction. There is found the need to use technology of blockade (accounting book), LockChain, TravelChain, Winding Tree, and Channel Managers, which is a fundamental factor in competition between tourism enterprises and will provide a higher demand for services market, will be found and, accordingly, will bring more substantial income compared with existing counterparts.

It is concluded that modern information technologies and blockade system have a number of competitive advantages and allow making services cost transparent, expanding range of products, carrying out constant checking of luggage, increasing the level and quality of service, reducing waiting time, and satisfying all needs of consumers of tourist services as much as possible.