

УДК 658.64

4. Економіка та управління підприємствами (за видами діяльності).

Бакало Н.В.

к.е.н., доцент

кафедри туризму та адміністрування

Стригун В.Ю. – студент

Чорноморд О.І. – студентка

Полтавського національного технічного
університету імені Юрія Кондратюка

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА
СФЕРИ ПОСЛУГ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
MANAGEMENT COMPETITIVE POSITION OF SERVICE INDUSTRIE
USING MODERN INFORMATION TECHNOLOGY**

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 частности раскрыто усиления 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 competitive position in the service industrie that use modern information technology. Specifically highlighted strengthening the competitive position of service industrie due to new information technologies - blockchain.

Keywords: *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 пропонованих товарів чи послуг. Враховуючи те, що підприємство наділене сучасними інформаційними технологіями, такому підприємству ще важче утримати свою позицію на ринку, адже з кожним днем технології кожної фірми випереджають один одного. 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 в подальшому ефективному розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкуренції, утримання конкурентної позиції на ринку, конкурентоспроможність підприємства та інформаційні технології в 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 і маркетингу туристичних підприємств. Дослідженню методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємств присвячені праці відомих закордонних та вітчизняних вчених, зокрема, Г. Азоева, С. Гаврилюка, Ю. Іванова, М. Портера, О. Чепурної.

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

Виклад основного матеріалу дослідження. Досягнення поставлених цілей та задач на підприємствах сфери обслуговування обумовлюється його попитом на послуги у покупців. В межах конкурентного середовища, яке пропонує широкий вибір виробників послуг, попит на продукцію чи послугу полягає 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 в порівнянні з конкурентами.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг з використанням інформаційних технологій виділено множину характеристик, які можуть виступати факторами конкурентних переваг на сучасному інтернаціоналізованому ринку розробки 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 розробки, вартість впровадження[1].

Сфера послуг та туризму є інформаційно-збагаченою, так як характеризується багатогранністю ділових зв'язків із партнерами, динамікою бізнес-процесів, унікальністю туристичних послуг, високим рівнем конкурентоспроможності та технологічними удосконаленнями. На даний час розвиток та існування туристичного бізнесу на ринку послуг неможливий без впровадження сучасних інформаційних технологій, що забезпечують: якість послуг, зв'язок та передачу даних, ефективність діяльності та покращення

швидкості обслуговування, можливість виконувати запити кожного індивідуального клієнта та забезпечення ефективної роботи в зворотньому напрямку [3].

На даному етапі розвитку суспільства існують наступні види інформаційних технологій табл. 1.

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 при більш поганій структурованості розв'язуваних задач, якщо їх порівнювати з задачами, які розв'язуються за допомогою інформаційної технології опрацювання даних
інформаційна технологія підтримки прийняття рішень	Інтерфейс визначають: мова користувача; мова повідомлень комп'ютера, що організує діалог на екрані дисплея; знання користувача
інформаційна технологія експертних систем	дають можливість отримувати менеджеру необхідну інформацію для прийняття рішень з будь-яких проблем за наявності відповідної бази знань

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

Туристична галузь є переплетінням великої кількості інформації та по праву вважається однією з найдинамічніших галузей економіки. Туристична діяльність пов'язана із величезною кількістю різномірних 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 основоположною складовою 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 задачі і призначення. Частина «Block» – це блоки, «chain» – «ланцюжок». Виходить, що блокчейн – це ланцюжок блоків із суворою 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 і яка постійно оновлюється. По суті, в цю книгу можна вписати будь-яку подію – від фінансових операцій з крипто валютами 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 склеївши в книгу якусь сторінку, то система відразу ж звернеться до десятків тисяч інших версій цієї книги і помітить невідповідність в структурі блоків.

З самого початку блокчейн був (і залишається дотепер) основою крипто валюти Bitcoin, але з плином часу він розповсюдився в різноманітні галузі, зокрема і в туристичну.

Використання технології блокчейн в туризмі є досить багатограним – це твердження підтверджують ряд цікавих проєктів: 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 по складанню бюджету, Winding Tree знижує вартість послуг і скорочує процес вибору [4].

Технологія блокчейн має ряд переваг рис. 1.

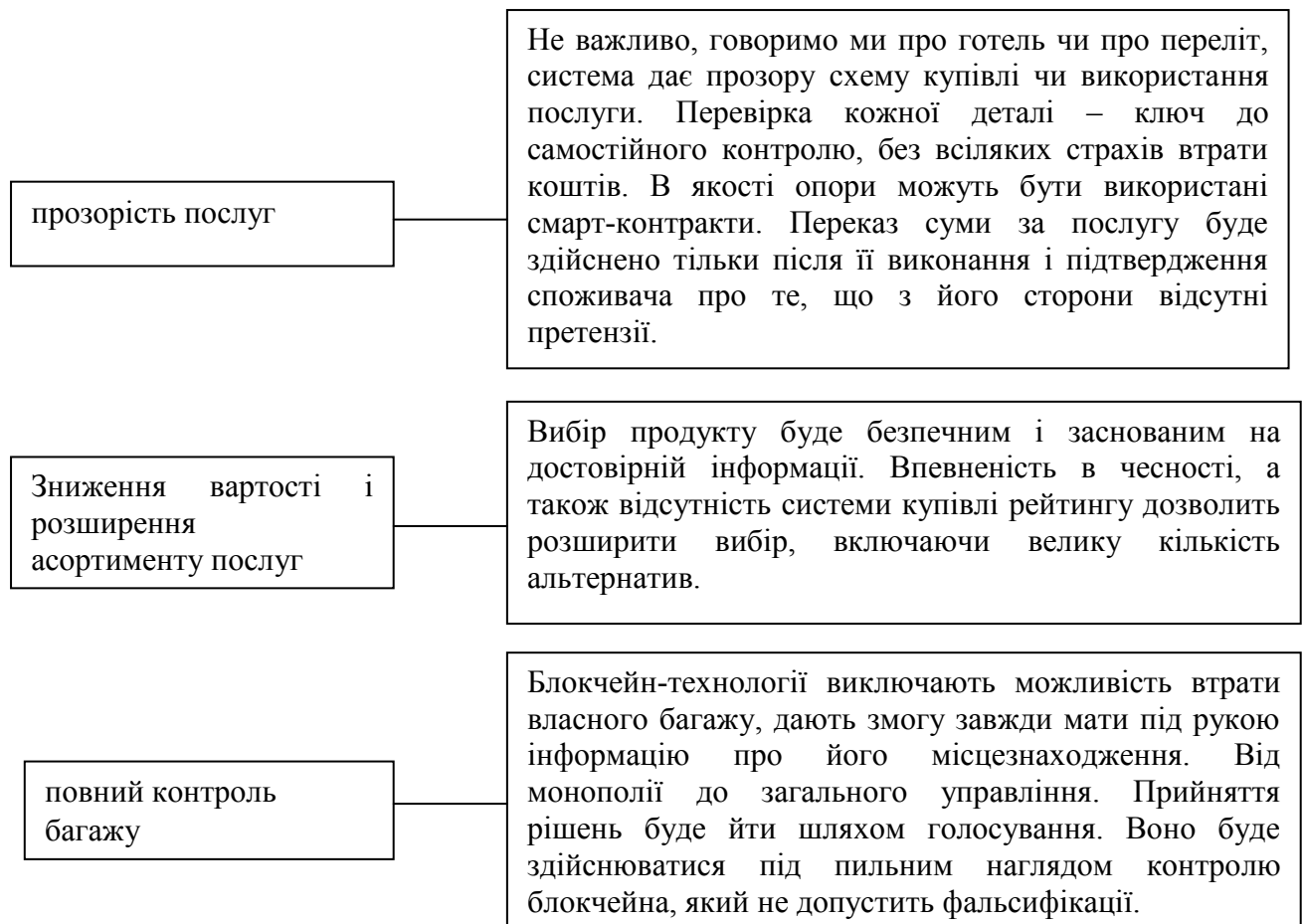


Рис. 1. Переваги застосування технології блокчейн в туризмі

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 дозволяють 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 одночасно 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 в світі народилися сотні блокчейн проектів, але лише невелика їх частина несе дійсно практичний сенс, підкріплений попитом в глобальному масштабі.

Некомерційний проект Winding Tree – один з них – 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 в 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 в 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 винагорода за клієнта встановлено, будь-яка особа, яка залучає клієнта для постачальника, автоматично отримає реферальну суму від готелю.

Чому конкуренція стане можливою?

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

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

В результаті може наступити масова відмова турагентств і сайтів бронювання від GDS – у них з'явиться спосіб отримувати всю 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, але і постачальників ресурсів йти від GDS. Їм буде невигідно платити абонентську плату і закладати її в ціни, коли можна виставляти ресурси безкоштовно і знижувати ціну в якості конкурентної переваги без втрати маржі.

Готелям доведеться розривати відносини з найбільшими онлайн-турагенціями, так як вони більш 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 продажу не менше найбільших онлайн-турагенцій.

Отже, використання в близькому майбутньому новітньої технології блокчейн, систем Winding Tree, Channel Managers, проектів 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, а відповідно, приносять більш суттєві доходи в порівнянні з найближчими конкурентами, які користуються застарілими методами та технологіями.

Висновки з даного дослідження. На основі вище викладеного матеріалу можна зробити висновок, що 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 бізнесі сфери 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. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С.В. Близнюк, А.В. Остапенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – №7. – С. 41-42.
2. Ліфіц І.М. Конкурентоспроможність товарів і послуг / І.М. Ліфіц / Навчальний посібник. – М.: Вища освіта, 2007. – 390 с.
3. Маховка В. М. Інтерактивні та Smart-технології в туризмі / В. М. Маховка // Методологія та практика сталого розвитку туризму: кол. моногр. – Полтава : ПП «Астроя», 2018. – С. 148–154.
4. Намот Д.Е. Інформаційні технології в розумному місті // Д.Е., Намот, В.П. Купріяновський, С.А. Синягов International Journal of Open Information Technologies. Т. 4, № 4. 2016. – С. 1-9.