

УДК 338.12

Компанець К.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет

Навродська Т.А.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
Національний транспортний університет

Мороз К.О.

асистент кафедри туризму,
Національний транспортний університет

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

У статті розглянуто види інформаційних технологій, що забезпечують можливість спілкування і передачі інформації між користувачами (комп'ютерами) по всьому світу. Доведено, що в сучасному житті та глобальному інформаційному суспільстві стає неможливим ведення сучасного бізнесу в будь-якій галузі без доступу до всесвітньої мережі Інтернет. Проаналізовано, що сфера послуг є наймасштабнішим середовищем діяльності в економічно розвинутих країнах (більше 50%). Оцінювання за різними показниками та критеріями дає можливість детальніше та достовірніше оцінити ефективність застосування сучасних Інтернет-технологій, а також визначити необхідність та потребу в розширенні засобів Інтернет-технологій для ефективної реалізації бізнес-процесів підприємств.

Ключові слова: Інтернет-технологія, система зв'язку, сфера послуг, бізнес-процес, веб-сайт, Інтернет-маркетинг.

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Компанец К.А., Навродская Т.А., Мороз Е.А.

В статье рассмотрены виды информационных технологий, обеспечивающих возможность общения и передачи информации между пользователями (компьютерами) по всему миру. Доказано, что в современной жизни и глобальном информационном обществе становится невозможным ведение современного бизнеса в любой отрасли без доступа к всемирной сети Интернет. Проанализировано, что сфера услуг является наиболее масштабной средой деятельности в экономически развитых странах (более 50%). Оценка по разным показателям и критериям дает возможность подробнее и достовернее оценить эффективность применения современных Интернет-технологий, а также определить необходимость и потребность в расширении средств Интернет-технологий для эффективной реализации бизнес-процессов предприятий.

Ключевые слова: Интернет-технологии, система связи, сфера услуг, бизнес-процесс, сайт, Интернет-маркетинг.

INTERNET ROLE-TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT OF THE SERVICES SECTOR COMPANY

Kompanets K., Navrodskaia T., Moroz K.

The article deals with the types of information technologies that provide the ability to communicate and transfer information between users (computers) around the world. It has been proved that in modern life and in the global information society it is impossible to conduct modern business in any industry without access to the World Wide Web. It is analyzed that the service sector is the most ambitious environment in the economically developed countries and constitutes the main part of the economy (more than 50%). One of the most dynamic areas of service is the hospitality industry. Management of any business today is impossible without the active use of innovations in the field of information technology and rapid penetration into all spheres of society, personal computers and the Internet. The introduction of modern Internet technologies into the ambassador's business activities is a prerequisite for successful work, since accuracy, reliability, efficiency and high speed of processing and transmission of information determine the effectiveness of management decisions in this area. And information and technological progress is not only a key factor in ensuring the effective functioning of enterprises, but also the most important condition for the process of its sustainable development. Internet technologies are capable of helping a service company to address its own marketing objectives. The Internet is one of the main means of promotion and sales of hotel services: a global network opens up access to the world's advertising space, introducing potential customers from anywhere in the world. The availability of any information may be provided by modern information and Internet technologies. Consequently, various approaches to the assessment of effectiveness Internet technologies in the sphere of services enterprises allow us to analyze the significance and necessity of their application in the management of business processes. Estimation based on various indicators and criteria provides an opportunity to more accurately assess the effectiveness of the use of modern Internet technologies, as well as to determine the necessity and need for the expansion of Internet technologies for effective implementation of business processes of enterprises.

Keywords: Internet technology, communication systems, scope of the ambassador, business process, website, internet marketing.

Постановка проблеми. На розвиток підприємств сфери послуг в умовах глобалізаційного інформаційно-технологічного простору впливають Інтернет-технології. Вони суттєво впливають на конкурентоздатність підприємства на ринку послуг та є досить великим та вагомим чинником, оскільки прямо пов'язаний із підвищенням ефективності роботи. Для підприємств сфери послуг глобальна мережа Інтернет стає одним із найефективніших засобів комунікації і реклами. У зв'язку із цим з'являється завдання виявлення перспективних напрямів використання мережі Інтернет у практичній діяльності підприємств цієї галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання використання можливостей Інтернету в діяльності підприємств висвітлено в низці праць українських та зарубіжних учених-теоретиків та практиків, серед яких – Є. Ромат, А. Дурович, Г. Багієв, А. Виноградов та ін. Разом із тим недостатньо вивчено можливості використання Інтернет-технологій українськими підприємствами.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні сучасного стану впливу Інтернет-технологій на діяльність підприємств сфери послуг та розробленні практичних рекомендацій щодо застосування їх для подальшого розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах одним із найефективніших засобів комунікації та реклами є мережа Інтернет. Вона дає можливість із мінімальними витратами поінформувати багатомільйонну цільову аудиторію про послуги. Крім того, перевагами реклами в Інтернеті є те, що вона дає змогу передавати текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію, а також оцінювати ефективність заходів за рахунок зворотного зв'язку із цільовою аудиторією.

Впровадження Інтернет-технологій відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань підприємств. Експлуатація мережі дає змогу підприємству сфери послуг реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, уникнути величезних навантажень, збільшити продуктивність

праці, поліпшити якість послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників.

Більше ніж чверть світового населення є активними користувачами мережі Інтернет. За 2017 р. доступ до Інтернету отримали 250 млн. осіб, і кількість Інтернет-користувачів уперше в історії перевищила 4 млрд. За даними Internet World Stats, щоденно збільшуються потоки активних користувачів глобальної мережі (рис. 1) [1].

Серед географічних регіонів світу найбільша питома вага населення, що активно користується Інтернетом, припадає на Північну Америку, найменший відсоток становить населення Африки. Такі показники безпосередньо показують резонансний розвиток країн цих регіонів, адже Північна Америка, куди входить США, є високорозвиненим з економічного погляду регіоном, а переважна більшість країн Африки має статус країн третього світу (рис. 2).

Тенденція до зростання кількості користувачів спостерігається і в українському сегменті Інтернету. У 2017 р. Інтернет-асоціація України оприлюднила результати щоквартального дослідження аудиторії українського Інтернету. Згідно з даними дослідження, в Україні користуються Інтернетом 21,6 млн. осіб. Серед сучасних європейських країн Україна посідає дев'яте місце, 15,3% населення активно використовує можливості глобальної мережі (рис. 3). Порівняно із сусідніми державами цей показник є невисоким, адже більше половини населення Росії (59,7%) та майже чверть населення Польщі (22,5%) активно використовують можливості Інтернету для комерційних та особистих цілей.

Така популяризація Мережі серед населення диктує необхідність використання її в діяльності туристичних фірм, адже серед користувачів Інтернету обов'язково є туристи. Дослідження показують, що реклама в Інтернеті може впливати на споживачів туристичних продуктів навіть більш ефективно, ніж теле- чи радіореклама. У зв'язку із цим постає завдання виявлення перспективних напрямів використання глобальної мережі Інтернет у практичній діяльності підприємств сфери послуги.

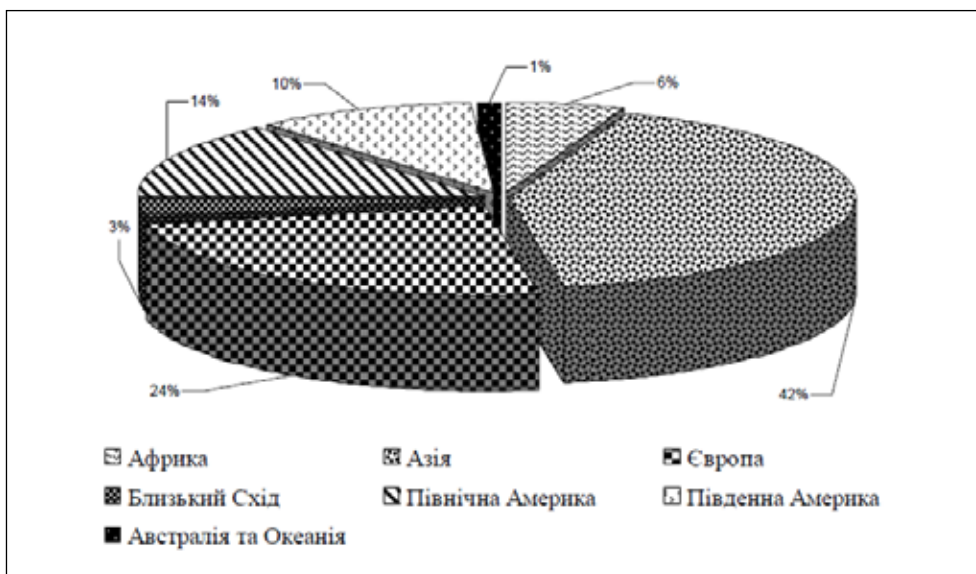


Рис. 1. Частка користувачів Інтернету серед населення різних регіонів світу

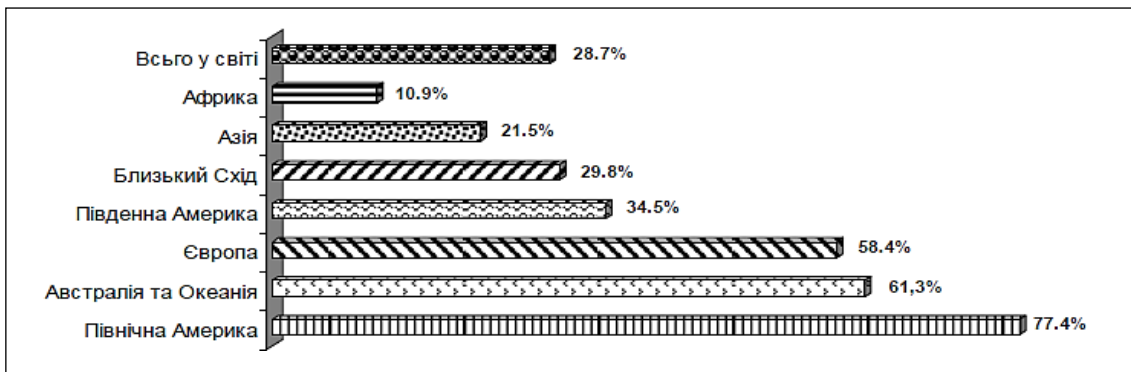


Рис. 2. Географічний розподіл населення, що активно користується Інтернетом

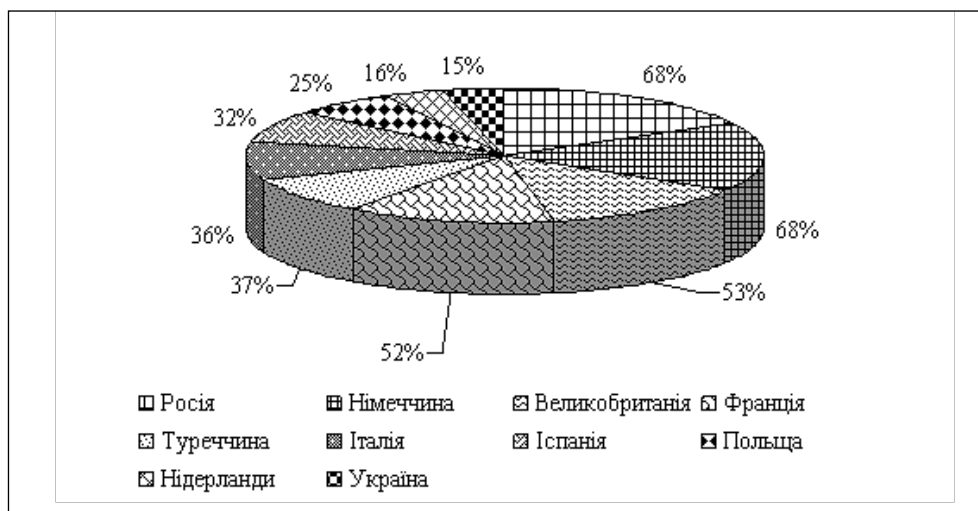


Рис. 3. Рейтинг країн Європи за часткою Інтернет-користувачів

Застосування підприємствами різних видів Інтернет-технологій в управлінні бізнес-процесами має значні переваги, однак кожний керівник підприємства повинен оцінити можливий ефект від їх запровадження. Ось чому виникає необхідність визначення оцінки ефективності застосування Інтернет-технологій в управлінні бізнес-процесами підприємства сфери послуги.

Для моделювання поведінки споживачів сфери послуг та зростання ефективності Інтернет-реклами необхідно дотримуватися таких рекомендацій:

1. Для проведення широкомасштабного анкетування споживачів слід використовувати інтерактивні банери нового покоління, що дають можливість зібрати анкети не лише на власному сайті, а й на десятках сайтів веб-видавництва.

2. Доцільно заздалегідь узгодити формат рекламних носіїв із веб-видавцем, оскільки не всі сайти готові розміщувати інтерактивні банери, особливо зі звуком, а деякі з них (браузери) взагалі не підтримують інтерактивні банери.

3. Необхідно отримати інформацію про механізми ротації та підрахунку даних (кількість завантажень рекламного носія, кількість натискань на нього) у веб-видавництвах, оскільки такі дані необхідні для оцінювання результатів рекламної кампанії.

4. Веб-сайту як адресному інформаційному ресурсу в мережі Інтернет слід приділяти велику увагу, оскільки він є важливим маркетинговим інструментом, від якого залежать успіх бізнесу в мережі Інтернет і ефективність проведених рекламних заходів.

5. Для малобюджетної рекламної кампанії доцільно розміщувати рекламу в банерній мережі, що дає змогу: задіяти десятки, а то й сотні сайтів із заданою тематикою; економити кошти, адже вартість розміщення реклами через банерні мережі є на порядок нижчою, ніж у разі розміщення банерів безпосередньо на заданих серверах; фокусуватися на певному регіоні (сегменті споживачів); отримати більш повну звітність про хід рекламної кампанії (статистику по кожному банеру, динаміку показів, відгуків).

6. Під час установаження фокусування слід вибирати не тематичні категорії, а конкретні сайти, оскільки не кожен сайт правильно визначає свою категорію і не всі вони мають однакову цінність для рекламодавця.

7. Доцільно розміщувати рекламне звернення на «дошках об'яв», які згруповані за тематикою і працюють за принципом газет безкоштовних об'яв.

8. Необхідно використовувати PR-заходи в мережі Інтернет: впливати на аудиторію через публікації матеріалів і новин в Інтернеті і засобах масової інформації, у мережних оглядах, сайтах інформаційних агенцій,

спеціалізованих і тематичних серверах; здійснювати контакт із представниками традиційних засобів масової інформації через Інтернет [2].

Методичні основи оцінки ефективності Інтернет-технологій базуються на таких показниках, як частота відвідування веб-сайту, час, який проводить відвідувач на сайті, кількість відвідувачів.

Одним із потужних комунікаційних інструментів Інтернет-технологій є веб-сайт туристичного підприємства.

Веб-сайт підприємства є своєрідним посередником між туристичним попитом та туристичною пропозицією, оскільки виконує функцію ознайомлення з параметрами послуг та подальшою їх реалізацією.

Важливим є дослідження ефективності застосування веб-сайту в діяльності підприємств. Отже, визначимо основні функціональні характеристики, які повинен мати веб-сайт для забезпечення ефективності його функціонування (табл. 1).

Для визначення комунікаційної цінності веб-сайту його доцільно оцінити за кількісними показниками. Аналіз таких показників дає змогу оцінити функціональність веб-сайту підприємства та виявити його потенційну комунікаційну цінність.

Для визначення зручності веб-сайту доцільно оцінювати його якісні показники. Оцінка якісних характеристик веб-сайту дає змогу визначити його

змістовність та оцінити сприйняття веб-сайту споживачами.

Ефективність Інтернет-реклами оцінюється за кількома показниками, що відображають її вплив на цільову аудиторію. Основними з них є кількість хітів і хостів на рекламованому сайті, відносні показники CTR, CTV, CPI. Хост в Інтернет-маркетингу – це користувач, який переглядає сторінки веб-сайту, що рекламується. Унікальний хост – користувач з унікальною IP-адресою. Користувачі під час відвідування сайту роблять хіти, тобто перегляди сторінок. Один користувач може зробити безліч хітів [5].

Застосування різноманітних Інтернет-технологій у діяльності сучасних підприємств є передумовою прогресивного розвитку та каталізатором ефективності функціонування, адже безперервне вдосконалення та постійне осучаснення ділової активності підприємств сфери послуг забезпечують отримання відповідних економічних вигід.

Згідно з рис. 4, Інтернет-технології є ефективними (76,2%) та не вимагають значних витрат часу (67,3%). До того ж вагомими перевагами є незалежність від робочого місця та миттєва доставка великого обсягу даних у будь-яке місце.

Доцільно визначити основні переваги застосування Інтернет-технологій діяльності підприємств, ґрунтуючись на висновках керівників (рис. 5) [3].

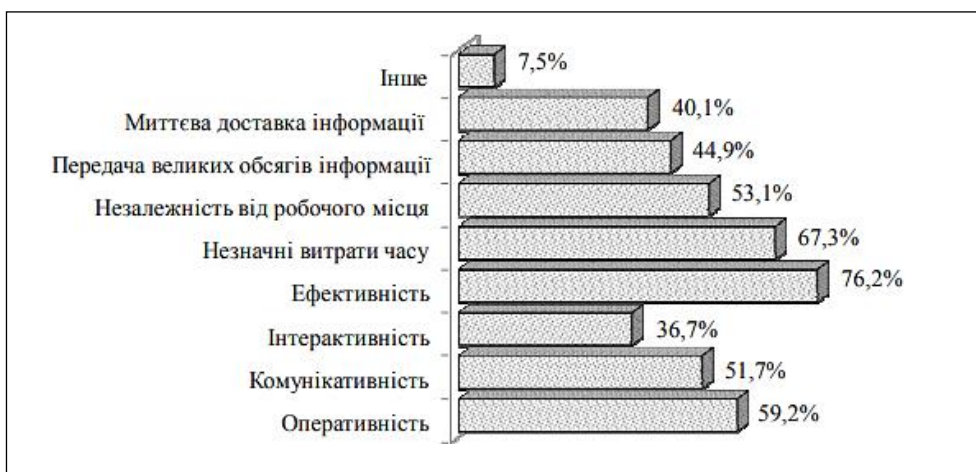


Рис. 4. Переваги застосування Інтернет-технологій із погляду підприємств сфери послуг та туристичного бізнесу

Таблиця 1. Показники функціонального аналізу веб-сайту

Кількісні показники	Якісні показники
Інформація про підприємство	Мультимедійність сайту
Наявність контактів та зворотного зв'язку	Оригінальність дизайну веб-сайту
Інформація про здобутки та винагороди туристичного підприємства	Актуальність інформації
Наявність каталогів	Якість фото- та відеоматеріалів
Можливість перегляду кількох мовами	Швидкість завантаження
Наявність форумів та чатів на сайті	Якість та доцільність наведеної на сайті додаткової (рекламної) інформації
Функція реєстрації відвідувачів	Зручність навігації
Функція онлайн-бронювання	Зручність функції онлайн-бронювання
Можливість залишати коментарі та відгуки	Якість та доцільність блоку новин, курсу валюти, погоди

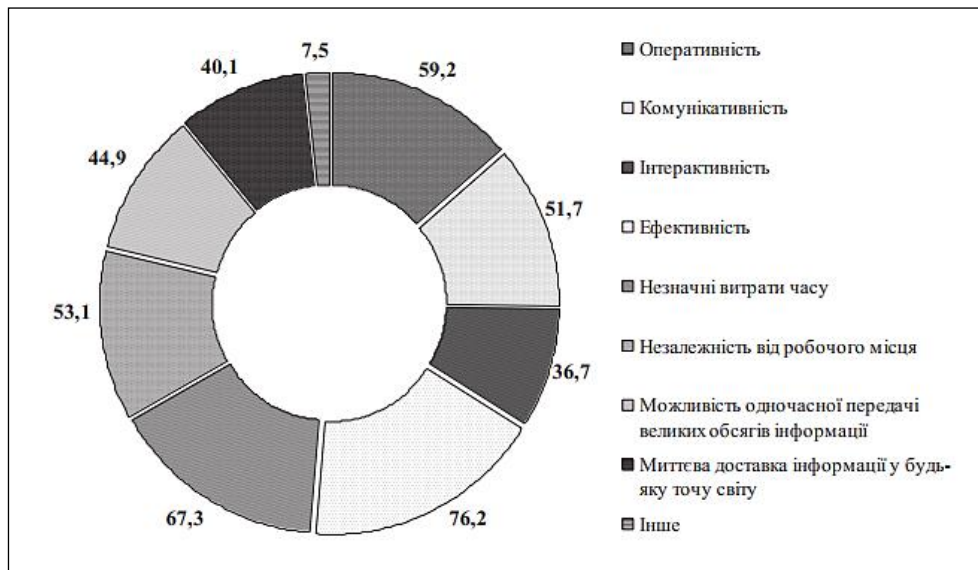


Рис. 5. Переваги застосування Інтернет-технологій із погляду підприємств сфери послуг

Респонденти відзначили, що Інтернет-технології є ефективними (76,2%) та не вимагають значних витрат часу (67,3%), також вагомими перевагами є незалежність від робочого місця та миттєва доставка великого обсягу даних у будь-яку точку світу.

Отже, різноманітні підходи до оцінки ефективності Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери послуг дають змогу проаналізувати значимість та необхідність їх застосування в управлінні бізнес-процесами. Оцінювання за різними показниками та критеріями дає можливість детальніше та достовірніше оцінити ефективність застосування сучасних Інтернет-технологій, а також визначити необхідність та потребу в розширенні засобів Інтернет-технологій для ефективного реалізації бізнес-процесів підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. У XXI ст. успішне функціонування будь-якого підприємства сфери послуг, зокрема підприємств готельного бізнесу, автосервісів та туристичних підприємств, практично неможливо без використання сучасних інформаційних технологій.

Можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет дають змогу використовувати її як ефективний засіб у діяльності підприємств сфери послуг.

Поширення комп'ютерних систем бронювання пов'язане передусім зі збільшенням обсягів послуг та розширенням їхнього асортименту, скороченням вартості електронних послуг бронювання і резервування. Впровадження Інтернет-технологій дає змогу підприємствам сфери послуг суттєво скоротити час на обслуговування гостей, забезпечити резервування в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг та ін.

Застосування різноманітних інструментів Інтернет-технологій туристичними підприємствами є одним із найбільш актуальних напрямів просування туристичних продуктів та підтримання комунікаційного зв'язку зі споживачами.

Отже, інноваційні технології в роботі підприємств сфери послуг підвищують його конкурентоздатність та якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що гарантує отримання прибутку.

1. Internet World Stats. Wau of access / Центр економічної стратегії. 2016. URL: <http://www.internetworldstats.com>.

2. Мельниченко С.В., Шеєнкова К.А. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія. К.: КНТЕУ, 2013. 105 с.

3. Інтернет як інструмент маркетингу. URL: <http://www.isys.in.ua/usefulmarket.htm>.

4. Шеєнкова К.А., Дуляк Т.П. Прикладні аспекти використання Інтернет-технологій в управлінні туристичним підприємством. К.: КНТЕУ, 2015. 76 с.

5. Керімов А.Т. Зміцнення конкурентної позиції банку на основі реінжинірингу бізнес-процесів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08; Дон. нац. ун-т екон. і торг. ім. М. Туган-Барановського. Д., 2010. 201 с.

E-mail: Ket13@ukr.net