

до тих змін зовнішнього середовища, на які воно не має впливу та використовувати зовнішні і внутрішні можливості підтримування і посилення конкурентних переваг на ринку.

Системне використання методів стратегічного управління витратами та їх належне інформаційне забезпечення відповідно етапу і рівня прийняття управлінських рішень сприятиме покращенню фінансових результатів підприємства, покращенню його економічного потенціалу, підвищенню обґрунтованості прогнозів щодо зміни умов діяльності, витрат і ризиків, а відтак і зростанню конкурентоспроможності підприємства та його продукції на ринку.

УДК 338.482:004

Перерва П.Г.¹, Косенко О.П.², Матросова В.О.³

¹д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²д.е.н., проф., професор кафедри економіки і маркетингу, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

³к.е.н., доц., професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах сьогодення в туристичній сфері функціонує велика кількість підприємств, які покликані задовольняти попит потенційних споживачів у задоволенні їх потреб щодо затребуваних ними туристичних товарів та послуг. Важливим аспектом їх діяльності є інформаційне забезпечення туристичної галузі, завдяки якому існує можливість значного покращення якості пропонованих послуг. Через те актуальність дослідження у руслі підвищення рівня інформаційного забезпечення туристичної сфери не викликає сумнівів і відповідає вимогам сьогодення.

При прийнятті управлінських рішень щодо оптимізації витрат велике значення набуває достовірність інформації, що формується в основному в системі бухгалтерського обліку, а також дані про шляхи зниження витрат, виявлених в процесі економічного аналізу. Проведене дослідження показало, що в даний час на підприємствах туристичного бізнесу практично відсутня досить надійна інформаційна база для прийняття обґрунтованих рішень, пов'язаних з ефективним управлінням витратами, немає сумісності даних про витрати інших підприємств туристичного бізнесу, що містяться в

статистичній і обліково-аналітичній інформації, відсутня методика факторного аналізу, яка враховує особливості туристського бізнесу.

Індустрія туризму за останнє десятиліття зазнала сильного впливу комп'ютерних технологій. В даний час навіть невеликі туристичні фірми в змозі використати комп'ютери для автоматизації як основних, так і допоміжних функцій (бухгалтерський облік, економічний аналіз). Туристична індустрія ідеально пристосована для впровадження комп'ютерних технологій. Для неї потрібні системи, в найкоротші терміни надають відомості про доступність транспортних засобів та можливості номерного фонду готелю, що забезпечують швидке резервування і внесення коректив, а також автоматизацію рішення допоміжних завдань при наданні туристичних послуг: формування таких документів, як квитки, рахунки, путівники, забезпечення довідковою інформацією. Сучасний рівень розвитку бізнесу пред'являє принципово нові вимоги до інформаційного обслуговування аналізу та обліку, в тому числі забезпечення швидкості передачі інформації, її актуальності, достовірності та своєчасності надання. Поява нових технологій організації інформаційних процесів пов'язано, перш за все, з використанням комп'ютерних технологій.

У системах організаційного управління, аналізу та обліку найбільш поширені автоматизовані інформаційні технології, в яких вироблення керуючого впливу покладено на людину - особу, яка приймає рішення. До таких систем відносяться практично всі інформаційні системи, що використовуються в сфері туризму. Сучасні інформаційні системи складаються з декількох видів забезпечують підсистем, до яких відносяться: технічне, програмне, інформаційне, організаційне, правове і ергономічне забезпечення.

В українській туристичній галузі розробка інформаційних технологій, як правило, обмежується формуванням програмних продуктів з оформлення документів, їх систематизацією на рівні секретарської роботи і в кращому випадку автоматизацією рутинних процесів і створенням локальних баз даних для задоволення вузьких практичних потреб. Створення наскрізної інформаційної технології, що дозволяє об'єднати роботу всіх ланок організації, сформувати архіви з швидким і гнучким доступом до інформаційних ресурсів, є для багатьох туристичних фірм лише перспективою через те, що впровадження таких технологій незрівнянно з витраченими інвестиціями.

Сфера дії збору інформації в туризмі останнім часом розширилася, оскільки ця галузь належить до сфери послуг і є однією з найбільших динамічних в економіці, тому для успішного розвитку цього напрямку необхідно посилити якість інформаційного забезпечення, що буде запорукою успішного розвитку зазначених підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політика на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (екон.науки): зб. наук. пр. – Х. : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47. – С. 114-120.
- 2.Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
- 3.Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков : ХГПУ, 1999.- 242с.
- 4.Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veres Somosi.– Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019.– 689 p.
- 5.Гончарова Н.П., Яковлев А.И., Перерва П.Г. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267 с.

УДК 339:378

Севастьянов Р.В.¹, Бондаренко А.Е.²

¹ к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОЗАПРАВНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Сучасний бізнес постійно стикається з проявами конкуренцією на ринку. Тому компаніям необхідно вживати різні заходи для досягнення лідируючих позицій у цій боротьбі. Серед засобів додаткового підвищення ефективності та створення конкурентних переваг можна виокремити ефект синергії. Метою даної роботи є визначення сучасних підходів до конкурентного розвитку автозаправного бізнесу в Україні.

Синергія - це взаємодія двох або більше системних елементів, що дають комбінований ефект, більший за суму їх окремих ефектів. Додатковий ефект або різниця що створюється з такої взаємодії називається ефектом синергії або синергетичним ефект. Ефект синергії може бути як позитивним, так і негативним [1, с. 11]. Негативний ефект синергії називається дисинергією, нульовою синергією або асинергією .

У інтегрованих структурах синергетичний ефект досягається, головним чином, за рахунок ефекту масштабу. Ефект масштабу виникає в результаті широкомасштабних операцій і ґрунтується на законі зниження сукупних витрат при збільшенні обсягів виробництва і на повнішому використанні потужностей [2]. Виділяють синергію збуту, виробничу синергію, синергію інвестування і синергію управління (менеджерська).