

5. Підвищення технологічного рівня енергетичних потужностей;
6. Стимулювання механізмів охорони навколишнього середовища шляхом пом'якшення фіскальних, адміністративних та регулятивних заходів.

Висновки. Основними пунктами енергетичного бачення регіону і технологічного оснащення, мають стати: впровадження концепції «розумні міста», енергоефективність, значне скорочення викидів вуглецю, розвиток відновлювальної енергетики, розбудова та стимулювання «розумних енергомереж», підвищення частки електромобілів у загальному обсязі автотранспорту, тощо. Подальші дослідження у сфері підвищення ефективності регіональної енергетичної політики мають полягати у розробці практичних механізмів збільшення рівня енергозбереження на локальному рівні та скорочення рівня забруднюючих викидів у навколишнє середовище.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Бажал Ю. М. Екологічна економіка / Ю. М. Бажал; за заг. ред. Івана Розпутенка // Ефективність державного управління. Вип. 3: Економіка природних ресурсів і довкілля : практикум. – К.: К.І.С., 2003. – Ч. 3, розд. 11. – С. 184–201.
2. Про основні засади (стратегію) екологічної політики України до 2020 р. [Електронний ресурс]: Закон України № 2818-IV від 21.12.10 / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>
3. «Зелена» економіка в системі стратегічних пріоритетів безпечного розвитку України / В.Г. Потапенко // Економічний часопис-XXI. — 2012. — № 3-4. — С. 9-11.
4. Стратегія регіонального розвитку до 2020 року : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>
5. Базюк, Т. М. Особливості оцінки енергетичного потенціалу та зміни енергетичного балансу регіону / Т. М. Базюк // Енергетика: економіка, технології, екологія : науковий журнал. – 2013. – Спецвипуск. – С. 27-31.
6. Статистичний щорічник України за 2013 р. / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К., 2013. – 551 с.
7. Регіональна енергетична політика. Основні проблеми і завдання. – Режим доступу: <http://dp.niss.gov.ua/public/File/docs/ReionPol.pdf>
8. Брич, В. Реформування ринку електроенергії України в контексті її інтеграційних намірів / Василь Брич, Михайло Федірко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – Вип. 1. – С. 7-18.
9. Сніжко Ю. С. Виникнення поняття та перспективи розвитку енергетичних регіонів України / Ю. С. Сніжко. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/28994/1/211-215%20%D0%A1%D0%BD%D1%96%D0%B6%D0%BA%D0%BE%20%D0%AE%D0%A1.pdf>
10. Інформаційний портал: житло.ін.юа. – Режим доступу: http://zhytlo.in.ua/ua/energetichn_karti/energetichna_karta_msta_lviv.html
11. Communication from the Commission Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth – Brussels, 2010 – Available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
12. Енергоефективність у регіональному вимірі. Проблеми та перспективи / Аналітична доповідь – Дніпропетровськ, 2014 – Режим доступу: www.niss.gov.ua/content/articles/files/energoefekt-b40dc.pdf
13. Бжузка Я. Енергетична політика Європейського Союзу як стимулятор інноваційної економіки / Я. Бжузка, Й. Піка // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 628 : Проблеми економіки та управління. – С. 387–392.

УДК: 339.1

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ КРАЇН СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Фалько Є. А., асистент, кафедри менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Фалько Є.А. Інформаційні послуги у розвитку міжнародного туристичного бізнесу країн світової економіки

Визначено основні сфери розвитку інформаційних послуг у туристичному бізнесі. Обґрунтовано критерії впливу інформатизації на туристичний бізнес в країнах світової економіки. Виконано факторний аналіз, запропонована кластеризація країн за ознакою активності на глобальному туристичному ринку з урахуванням рівня інформатизації їх економік. Виявлено залежність розвитку міжнародного туристичного бізнесу від рівня інформаційних послуг в розвинених країнах світової економіки.

Ключові слова: інформатизація, туристична активність, ранжування, фактори, кластери, глобальний ринок.

Фалько Е.А. Информационные услуги в развитии международного туристического бизнеса стран мировой экономики

Определены основные сферы развития информационных услуг в туристическом бизнесе. Обоснованы критерии влияния информатизации на туристический бизнес в странах мировой экономики. Выполнен факторный анализ, предложена кластеризация стран по признаку активности на глобальном туристическом рынке с учетом уровня информатизации их экономик. Выявлена зависимость развития международного туристического бизнеса от уровня информационных услуг в развитых странах мировой экономики.

Ключевые слова: информатизация, туристическая активность, ранжирование, факторы, кластеры, глобальный рынок.

Falko E. Information services in the development of international tourism business of the world economy

It was identified main areas of development of information services in the tourism industry and impact criteria of information about tourism in the countries of world economy. Factor analysis was carried out. It was proposed to cluster countries on the basis of activity in the global tourism market (in consideration of the level of informatization of their economies). It was revealed that there is a dependence of development of international travel business on the level of information services in developed countries of the world economy.

Keywords: informatization, tourist activity, ranking factors, clusters, global market.

Постановка проблеми. Вхідження людства в XXI ст. задало не лише глибокого осмислення того стану, у якому опинилося, а й з'ясування перспектив свого подальшого розвитку. Нині відбувається процес якісного перетворення цілісного світу, на повну силу активізувалася діяльність просторів - технологічного, фінансового, правового, економічного. Зокрема, відбувається зміна технологічних та економічних засобів виробництва, світогляду людей у міждержавних відносинах тощо. В усіх сферах громадського життя все частіше використовуються категорії, пов'язані з поняттям "інформація", "інформаційні технології", "інформаційні війни", "кіберпростір", "електронне урядування" тощо.

Слід зазначити, що глобальна інформатизація, яка має місце в останні десятиліття, активно вплинула і на ринок туристичних послуг. Проте варто зазначити, що світ розвивається нерівномірно. Країни з розвиненими ринками та економікою мають кращу основу для вдосконалення, а також генерування та імплементацію інноваційних технологій та рішень. А країни, що мають трансформаційну економіку чи бідні держави, не мають змоги використовувати усі новітні засоби у модернізації своїх ринків чи роблять це дуже повільно. Це стосується і ринків інформаційних технологій та туристичного бізнесу. У деяких країнах можемо спостерігати стрімкий розвиток обох цих ринків, інші ж країни характеризуються низьким рівнем діяльності таких сфер чи однієї з них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зв'язку з постановкою цієї наукової проблеми слід зазначити, що існує значна кількість ґрунтовних досліджень, присвячених базовим теоретичним, методологічним, методичним й практичним аспектам розвитку

туристичного бізнесу. Багатоваріантні підходи до вирішення різних проблем у туризмі представлено у наукових працях В. Азара, М. Біржакова, Д. Боуена, Ю. Веденіна, Н. Восколовича, В. Гуляєва, І. Зоріна, М. Кабушкіна, В. Квартальнова, А. Мазаракі, Д. Мейкенза, С. Мельниченко Г. Папіряна, В. Преображенського, В. Сєніна, Т. Сокол, Т. Ткаченко, Г. Харріса, А. Чудновського, Л. Шульгіної та ін.

Туристична індустрія визначає широту розуміння туристичного попиту та охоплює не лише матеріальні цінності й послуги, що служать безпосередньо туристичному споживанню. Особливості економічної системи країни визначають комплекс найважливіших чинників розміщення послуг, а географічні ознаки «служать основою для аналізу просторової структури послуг з урахуванням їх функціональних особливостей», до таких висновків прийшла М. Мальська досліджуючи концепції формування просторової структури сфери послуг [1, С.288].

На основі проведеного дослідження, Заря І.В. пропонує представити загальний алгоритм використання інформаційних систем в галузі туризму, для прийняття оптимальних управлінських рішень, в такій площині: зрушення в соціально-економічній сфері; зміна інформаційного середовища; нові вимоги до процесу надання туристичних послуг; нові запити споживачів [2]. Подальшого науково-теоретичного обґрунтування потребує аналіз структурних змін на глобальному туристичному ринку в контексті використання конкурентних переваг інформаційних послуг.

Постановка завдання. На основі аналітичного огляду науково-теоретичних засад сучасного розвитку світової економіки і факторного аналізу міжнародної статистики за сукупністю критеріїв, визначити ступінь впливу інформатизації на розвиток ринку туристичних послуг та основні сегменти ринку за інтенсивністю використання інформаційних послуг у розвитку туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в індустрії туризму знайшли широке застосування сучасні ІТ-технології сфери бронювання та резервування; інтегровані комунікаційні мережі; системи мультимедіа; електронні платіжні системи Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та ін. Так, для бронювання є програмні ресурси – Amadeus, Gelios та інш. Така ж ситуація з готелями, на сайті яких є спеціальні опції для туристичних агенцій.

Сьогодні, за оцінками фахівців, на 90 відсотків успішність туристичного бізнесу залежить від використання інформаційного простору Інтернету. Прийняти замовлення, забронювати авіаквиток, замовити номер в готелі, а також супутні послуги – оренду авто, зустріч в аеропорту і навіть специфічне меню – можна он-лайн, використовуючи спеціальне програмне забезпечення для комунікацій з партнерами. Основними напрямками застосування інформаційних технологій в діяльності туристичної галузі і кожного окремого туристичного підприємства є використання спеціалізованих програмних продуктів і можливостей глобальних комп'ютерних мереж (рис.1).



Рис. 1. Сфери інформатизації туристичного бізнесу

Джерело: складено на основі [3]

Отримувати оплату від клієнтів також можна онлайн, використовуючи як традиційні способи оплати – банківські картки та перекази, так і сучасні системи електронних грошей (PayPal, Yandex, тощо). Слід зазначити, що багато з фінансових установ і систем електронних грошей мають спеціальні сервіси для торговців послугами через Інтернет, в тому числі і для туристичних компаній [4].

Реклама та засоби просування на ринку також фокусуються на даний час в онлайн просторі. Наявність веб-сайту для туристичного бізнесу вже така ж необхідність, як і вивіска на будинку, де розміщується кафе або ресторан. Особливу увагу необхідно звернути на таку нову форму бізнесу в Інтернеті, як сайти-агрегатори, які можуть бути як універсальними і розміщувати узагальнену інформацію з адресами підприємств різних секторів економіки (prom.ua, biznes.net, інш.) з відповідним розділом про туризм, так і спеціалізовані з контактами і описом послуг саме туристичних компаній [5].

Звичайно, інформатизація має значний вплив на ємність туристичного ринку, бо чим краще розвинена інфраструктура країни, чим більше інформації про неї можна знайти, тим більш безпечно почувають себе іноземні громадяни в ній. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) істотно змінили всі суспільні й економічні відносини (під цим терміном слід розуміти всі технології, пов'язані із застосуванням та експлуатацією комп'ютерних систем, що використовуються для збереження, перетворення, захисту, обробки, передачі й одержання інформації). Усі сучасні ІКТ зорієнтовані на об'єднання в мережі з єдиним програмним забезпеченням, апаратним та операційним обладнанням. Їх постійний розвиток і поширення у значному масштабі має характер глобальної інформатизації [6].

Слід зазначити, що незважаючи на те, що в цілому всеохоплююча інформатизація туризму стимулює активний розвиток цієї галузі, на рівні компанії вона ініціювала і фактори негативного впливу. Так, з одного боку сьогодні ІКТ є одним з головних чинників підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми, так як сприяє інтенсифікації зв'язків компанії і відкриває нові можливості через Інтернет. З іншого боку, нові можливості відкриваються і у користувачів їх послуг, зокрема, можливість бронювати онлайн напряму без посередника квитки в авіа-компанії або проживання в готелі, здешевлюючи тури і поїздки для себе. Також онлайн комунікації дозволяють готелям і транспортним компаніям мати необмежену кількість туристичних партнерів, що підвищує рівень конкуренції для кожного з них.

Таким чином, можна говорити про комплексний вплив інформатизації на розвиток туристичної індустрії. Вірогідно, що в цілому існує позитивна кореляція між показником обсягу туристичних послуг та рівнем інформатизації країни. Водночас, необхідно провести більш детальний аналіз впливу інформатизації на всі складові загального показника привабливості туристичного ринку країни, щоб зрозуміти в якому напрямку відбуваються зміни у туристичному бізнесі і які нові форми тут утворюються.

Для визначення ступеня впливу розвитку інформаційних послуг на міжнародний туристичний ринок та виявлення зв'язку між ними, було проведено аналіз сукупності факторів впливу на привабливість ринку туристичних послуг.

Привабливість ринку з погляду потенційних його учасників-виробників визначається сукупністю чинників, що створюють сприятливі умови для ведення бізнесу, тобто одержання бажаного рівня прибутку від певного виду діяльності. Привабливість ринку формується під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників впливу, серед їх сукупності інформатизація суспільства має визначальне значення [7].

Негативний вплив в даному випадку несе конкуренція, адже, чим більшою є конкуренція на ринку, тим менш привабливим є ринок для нових суб'єктів бізнесу. Висота бар'єрів вступу на ринок чи виходу з нього визначає умови економічної діяльності суб'єктів господарювання. Чим нижчі ринкові бар'єри, тим привабливішим є ринок. Відсутність жорстких обмежень з боку держави розширює поле діяльності учасників ринку, а отже робить ринок потенційно привабливішим. Сегментованість ринку підвищує його привабливість для потенційних учасників, оскільки в межах кожного окремого сегменту задовольняється попит різних груп споживачів. Динаміка кількості компаній на ринку свідчить про те, наскільки він привабливий для потенційних учасників.

Для ранжування країн за ознаками туристичної активності було обрано 157 країн, які згідно звітів світового банку мають доходи від туристичного бізнесу [8]. На основі якісного аналізу в поєднанні з методом експертних оцінок була обрана сукупність показників економічного розвитку країн та розвитку туристичного бізнесу, такі як: рівень доходу країни; рівень соціально-економічного розвитку; рівень показника надходжень від туризму (загальний обсяг); рівень показника надходжень від туризму (у % до ВВП); торговельний баланс за туристичними послугами; рівень показника прибутку до країни туристів (загальний обсяг); рівень показника кількості суб'єктів туристичних послуг.

Порівняльний аналіз рівня інформатизації між різними країнами проводять за такими показниками: індекс мережевої готовності NRI, глобальний інноваційний індекс (Global Innovation Index), індекс IDI розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, індекс розвитку електронного уряду EGDI та індекс електронної участі. Для більш детального аналізу розвитку інформаційного суспільства МСЕ використовує індекс кошику цін на ІТ-послуги.

На першому етапі ранжування було сформовано 8 груп країн з різним рівнем інформатизації суспільства та рівнем активності на глобальному ринку туристичних послуг. Країни було поділено на умовні типи: експортери А, експортери В, високоактивні; імпортери А; імпортери В; перехідні А; перехідні В; туристично-неактивні. В межах кожної із восьми груп був проведений факторний аналіз з метою отримання якісної характеристики кожної країни та групи в цілому за обраними критеріями (приклад табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз туристичної активності країни з урахуванням рівня інформатизації.
Група 1. Експортери з туристично-залежною економікою (Експортери А)

Країна	Рівень надходжень від туризму (% від загального обсягу експорту)	Торговельний баланс за туристичними послугами	Рівень доходу країни	Рівень інформатизації суспільства
Кабо-Верде	ТОП-20	експортер	Н/д	Нижче середнього
Куба	н/д	експортер	Н/д	Нижче середнього
Єгипет	Високий	експортер	Нижче середнього	Нижче середнього
Сальвадор	Середній	експортер	Нижче середнього	Низький
Ефіопія	Високий	експортер	Низький дохід	Низький
Гамбія	Високий	експортер	Низький дохід	Низький
Гана	Середній	експортер	Нижче середнього	Низький
Гватемала	Середній	експортер	Нижче середнього	Низький
Гондурас	Середній	експортер	Нижче середнього	Низький
Кенія	Високий	експортер	Низький	Нижче середнього
Марокко	Високий	експортер	нижче середнього	Вище середнього
Нікарагуа	Середній	експортер	Нижче середнього	Низький
Філіппіни	Середній	імпортер	Нижче середнього	Нижче середнього
Руанда	Високий	експортер	Низький	Низький
Сан-Томе і Принсіпі	ТОП-20	експортер	Нижче середнього	Низький
Шрі-Ланка	Середній	експортер	Нижче середнього	Низький
Уганда	Високий	експортер	Низький	Низький
Об'єднана Республіка Танзанія	Високий	експортер	Низький	Низький

Джерело: Складено автором на основі [8,9,10,11]

Як було виявлено, усі країни групи **Експортери А** мають низький рівень інформатизації чи рівень нижче середнього. Країни цієї групи складають 19,6% у загальній кількості країн з низьким рівнем інформатизації. Така ситуація пов'язана з тим, що це бідні країни,

більшість місцевого населення територій яких, має низький рівень життя та доходів. У цьому випадку рівень проникнення інформатизації у туристичний бізнес є не великою і значно не впливає на цю сферу.

Через те, що інші країни експортери (а це група В) мають доступ до інформації про усі курорти світу, включно з тими, які знаходяться і на території **Експортерів А**, останні є популярними на ринку туристичних послуг. Із засобів масової інформації та мережі Інтернет стає зрозумілим, що відпочинок в таких країнах є порівняно дешевим, а природа та культура їх, приваблює велику кількість туристів. З цієї причини, не можна зовсім відкидати важливість впливу інформаційних засобів на туризм у цих регіонах.

Натомість 61% країн **Експортерів групи В** мають високий рівень інформатизації або рівень вище середнього, що складає 28% від загального обсягу країн з високою інформатизацією. Більше половини країн типу В, завдяки інтенсивності розвитку інформаційних послуг, мають високорозвинений туристичний бізнес. Це країни зі стабільною економікою. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що в таких країнах спостерігається значний вплив інформаційних технологій на розвиток сфери туризму.

Аналогічно було проведено аналіз інших груп країн і виявлено їх характерні ознаки туристичної активності та рівень інформатизації. В результаті проведеного аналізу було визначено, що серед країн з високим рівнем інформатизації суспільства більше половини - це країни з високим рівнем розвитку економіки, вони є активними учасниками ринку, проте їх економіка достатньо диверсифікована і не є туристично-залежною навіть при достатній ефективності розвитку туристичного бізнесу (рис.2).

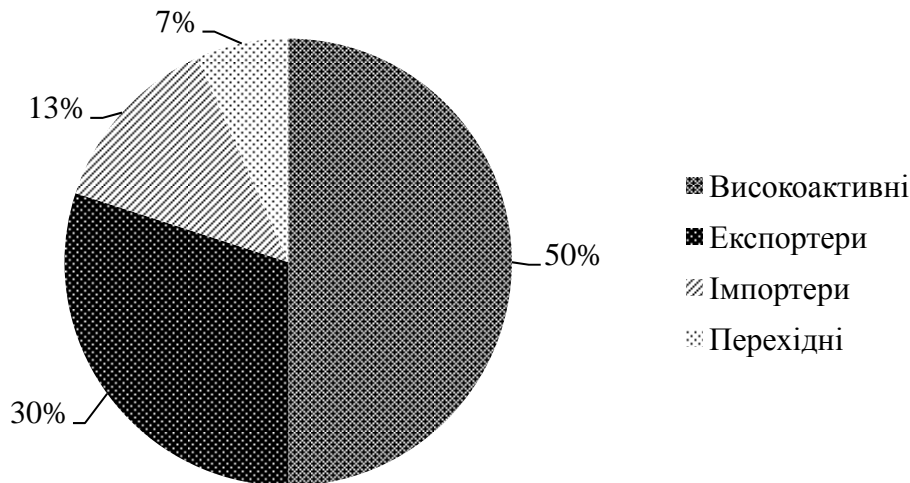


Рис. 2. Структура країн з високим рівнем інформатизації суспільства за різними типами туристичної активності

Джерело: складено автором на основі [8,9,10,11]

В координатах глобального туристичного ринку 30 відсотків країн з високим рівнем інформаційних послуг - це країни експортери туристичних послуг. Ці країни є найбільш туристично-активні, а доходи від надання туристичних послуг відповідають середньому чи високому рівням. Зазначена закономірність дає змогу стверджувати, що інформатизація суспільства значно впливає на розвиток та обсяги діяльності туристичної сфери.

Варто відзначити, що країни імпортери та країни з перехідною економікою займають значно менший сегмент ринку (відповідно 13% і 7%).

Зокрема, країни з перехідною економікою мають можливість за рахунок інформатизації суспільства значно покращити умови для активізації туристичного бізнесу. Загальна тенденція на глобальному туристичному ринку свідчить про домінування країн з високим рівнем економічного розвитку, в яких ступінь інформатизації суспільства є високою (рис.3).

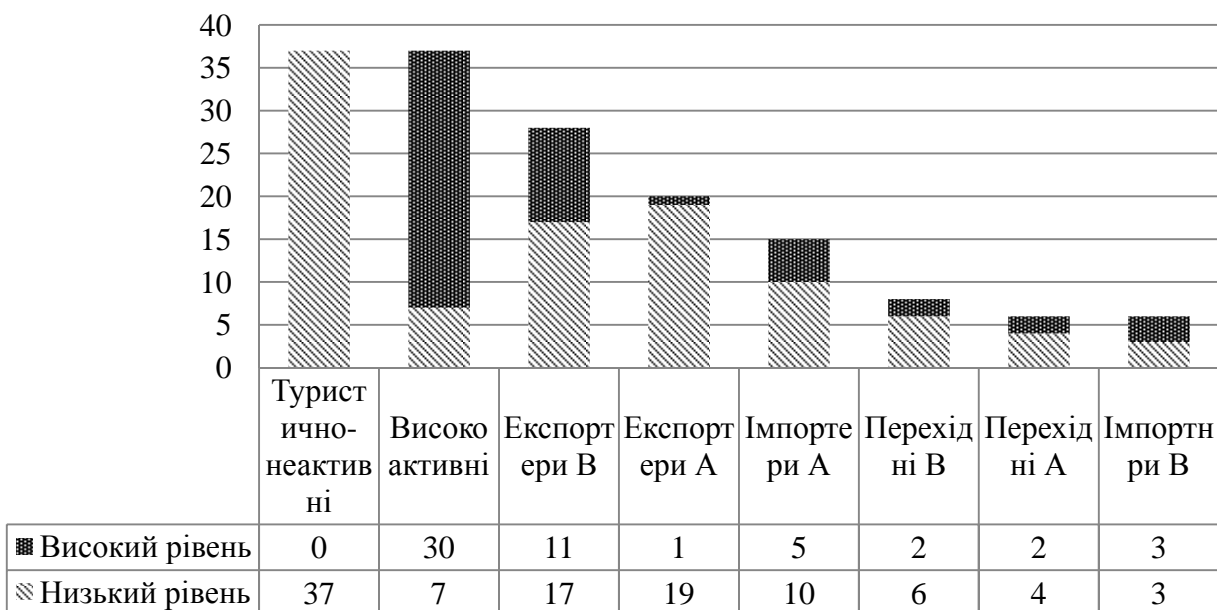


Рис. 3. Ранжування країн за рівнем туристичної активності та ознакою інформатизації суспільства, кількість

Джерело: складено автором на основі [8,9,10,11]

Розвиток інформаційних послуг у міжнародному туризмі залежить від динаміки туристичної галузі в різних регіонах, розвитку інформаційних технологій, соціальних та демографічних факторів тощо. Проведене дослідження дозволяє на основі сукупності спільних ознак, виявлених шляхом якісного і кількісного факторного аналізу, виокремити п'ять кластерів країн в структурі глобального туристичного ринку в контексті рівня інформатизації їх економік (таблиця 2).

Таблиця 2

Тип активності країн на глобальному туристичному ринку	
1	<p>Експортери туристичних послуг Це країни, які експортують туристичні послуги, тобто рівень прибуття туристів до них є високим. Частина країн є залежними від туристичного бізнесу, адже вони мають велику частку надходжень від туризму у загальному обсягу свого експорту. Частина – це країни з диверсифікованою економікою і високим рівнем інформатизації суспільства..</p>
	<p>Експортери А Експортери з туристично-залежною економікою Рівень доходу країн низький чи нижчий середнього. Тобто ці країни є бідними і їх існування залежить головним чином від надання послуг туристам. В основному це країни центральної Америки, африканські та азійські держави. Відпочинок у державах такого типу є порівняно дешевим.</p> <p>Експортери В Експортери з туристично незалежною економікою Рівень доходу країн високий чи вище середнього. Такі держави є елітними курортами, місцями для подорожей осіб з високим чи середнім рівнем достатку. Стабільність економіки та доходи громадян зазначених держав також залежать від обсягу туристів, проте вартість відпочинку є порівняно високою.</p>
2	<p>Високорозвинені країни з туристично-незалежною економікою Країни з високим рівнем показника загального обсягу надходжень від туризму, але частка цих надходжень в обсязі експорту чи ВВП є незначною. Рівень залежності таких держав від надання туристичних послуг є досить низьким. Таким чином, країни зазначеного типу мають високий рівень туристичної активності, а вартість відпочинку у таких державах є досить високою. В основному, це європейські країни, США та інші розвинені країни з високим рівнем інформатизації суспільства</p>
3	<p>Імпортери туристичних послуг Країни з трансформаційною економікою в основному постсоціалістичні держави. У таких країн туристична та інформаційна сфери та інші ринки знаходяться на стадії розвитку.</p>
	<p>Імпортери А Пасивні імпортери з туристично-незалежною економікою Країни зовсім неактивні в туристичній сфері, рівень надходжень від туристичних послуг є низьким. Такі країни є зовсім незалежними від туристичної діяльності і рівень інформатизації не впливає на цю сферу бізнесу</p> <p>Імпортери В Імпортери туристично-орієнтовані Надходження від туризму таких країн на середньому рівні, тобто туристичний сектор країн досить розвинений. Проте у структурі доходів, туризм займає малу частку.</p>
4	<p>Країни з перехідною економікою - пасивні учасники ринку Перехідні А, В Країни з перехідною економікою, в основному постсоціалістичні держави. У таких країн туристична та інформаційна сфери та інші ринки знаходяться на стадії розвитку.</p>
5	<p>Туристично-неактивні країни Країни з низьким рівнем доходу, бідні країни в основному азійські та африканські. Туристичної активності таких держав не спостерігається ні у вигляді імпорту, ні експорту туристичних послуг. Рівень інформатизації держав низький.</p>

Джерело: складено автором на основі [8,9,10,11,12]

Висновки. Факторний аналіз впливу інформатизації на розвиток ринку туристичних послуг показав, що розширення та зростання сфери інформаційних технологій та мереж має відчутний вплив на туристичний ринок.

Причинами такого зв'язку є те, що за розвинутої сфери інформаційних технологій суспільство має наступні можливості у реалізації туристичного бізнесу:

- повноцінний доступ до інформативних джерел, що має потенціал створення попиту;
- суб'єкти туристичної діяльності мають змогу генерувати нові ідеї щодо покращення процесу надання туристичних послуг або введення в дію абсолютно новітніх ідей просування та реалізації туристичних продуктів;
- створюються інформаційні «авіабази», «бази готелів», «бази ресторанів» та інших необхідних туристам місць. У таких базах даних можливо здійснювати резервування та бронювання, що значно полегшує процес подорожування.

Проте, було виявлено, що не у всіх кластерах країн є тісний зв'язок між рівнем використання інформаційних послуг та ступенем розвитку туристичного бізнесу. Це такі країни, як Бразилія, Китай, Єгипет, Індія, Індонезія, Мексика, ПАР, Таїланд, Туреччина, В'єтнам. У перерахованих країн, як правило, високий чи середній обсяг надходжень від туризму, проте рівень інформатизації – низький. Це країни, що розвиваються і деякі сфери життя таких держав не досягли світового рівня інформатизації суспільства. Але так, як туристам відомо про переваги відпочинку у зазначених регіонах, рівень реалізації їх туристичної сфери є високим.

Основа туристичної індустрії становлять фірми, туроператори і тур агенти, які займаються туристичними поїздками, продажем їх у вигляді путівок і турів; надають послуги з розміщення та харчування туристів (готелі, кемпінги та ін.), їх пересуванню по країні, а також органи управління, інформації, реклами з дослідження туризму й підготовці для нього кадрів, підприємства з виробництва та продажу товарів туристського попиту. На туризм працюють і інші галузі, для яких обслуговування туристів не є основним видом діяльності (підприємства транспорту, культури, торгівлі та ін.).

Туризм має інформаційно-насичену діяльність. Існує небагато інших галузей, в яких збір, обробка, застосування і передача інформації були б настільки ж важливі для щоденного функціонування, як у туристичній індустрії. Туристична послуга – це складний продукт, який не може бути виставлений або оглянутий в пункті продажу, як споживчі чи виробничі товари. Її зазвичай купують заздалегідь і далеко від місця споживання. Таким чином, туризм на ринку майже повністю залежить від зображень, описів, засобів комунікації і передачі інформації. Водночас, система функціонування туристичної галузі дуже схоже на організацію будь-якої іншої економічної сфери діяльності.

Проте як було доведено, глобальний світ розвивається нерівномірно. Країни з розвиненими ринками та економікою мають кращу основу для генерування та імплементації інноваційних технологій та рішень. А країни, що розвиваються чи бідні держави, недостатньо інтегровані в глобальний інформаційний простір, менше мають змоги використовувати усі новітні засоби у модернізації своїх ринків чи роблять це дуже повільно. У деяких країнах можемо спостерігати стрімкий розвиток обох цих ринків, інші ж країни характеризуються низьким рівнем діяльності таких сфер чи однієї з них. Також відмітимо, що при розгляді показників діяльності країн експортерів та імпортерів, інформатизація суспільства впливає більшою мірою на розвиток експорту туристичних послуг. Є ряд країн, де така залежність не підтверджується з певних внутрішніх причин, які потребують подальшого дослідження.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. М. Мальська . Концепції формування просторової структури сфери послуг/ М. Мальська // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2010. Вип.27. – 418 с.
2. Заря І.В. Ефективність управління туристичною діяльністю в контексті розвитку інформаційних технологій / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/Home/Desktop/2967-8028-1-SM.pdf
3. Панчак І. Туристичний бізнес та інформаційні технології / І. Панчак // Інноваційні процеси та їх вплив на ефективність діяльності підприємств. Збірник виступів на 5 науково-практичній конференції. Частина 1., К.: Укоопосвіта, 2008. - С.110-117.
4. Bill Imlah «The Concept of a «Digital Economy», September 2, 2013 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://odcc.org.uk/the-concept-of-a-digital-economy/>
5. Виставковий маркетинг у туризмі; український та міжнародний досвід / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58311.doc.htm
6. Соснін. О. Інформатизація як феномен та умова інноваційного розвитку України / О. Соснін // Зовнішні справи. – 2014. – № 1. – С. 16–21
7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp14.htm
8. Офіційний сайт Світового Банку / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/all>
9. Офіційний сайт Європейської Комісії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/introduction>
10. www.unwto.org/ World Tourism Organization (WTO)
11. http://www3.weforum.org/docs/TCR/2013/TCR_OverallRankings_2013.pdf
12. UNWTO Annual Report 2013 Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. First printing: 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/WorldTourismOrganization>

УДК 005.35:658.871/.878

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Хаджинов И.В., д.э.н., доцент, профессор кафедры «Международная экономика» Донецкого национального университета

Хаджинов И.В. Развитие корпоративной социальной ответственности компаний в условиях глобализации

В работе исследованы теоретические аспекты формирования та запровадження корпоративної соціальної відповідальності у світових та українських компаніях. Також визначений взаємозв'язок КСВ з соціальними інвестиціями компаній, репутацією та фінансовими показниками. Був проведений аналіз розвитку корпоративної соціальної відповідальності у світі та Україні, визначені та досліджені сучасні тенденції розвитку КСВ, стандартів нефінансової звітності та ініціатив з сталого розвитку та КСВ у світі та Україні.

Розроблена та емпірично перевірена економіко-математична модель залежності чистого прибутку та ЕВІТДА компанії ДТЕК від обсягу соціальних інвестицій, яка дозволяє зробити прогноз стосовно подальшого розвитку ринку соціальних інвестицій та його впливу на економічні показники. Розроблені рекомендації щодо впровадження сучасних стандартів нефінансової звітності до українських компаній, виділені основні проблеми розвитку КСВ в Україні та запропоновані шляхи їх вирішення, а також запропоновані рекомендації щодо запровадження КСВ та соціальних інвестицій до українського бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, КСВ, сталий розвиток, стейкхолдери, соціальні інвестиції, нефінансова звітність, інтегрована звітність.

Хаджинов И.В. Развитие корпоративной социальной ответственности компаний в условиях глобализации

В работе исследованы теоретические аспекты формирования и внедрения корпоративной социальной ответственности в мировых и украинских компаниях. Также определена взаимосвязь корпоративной социальной ответственности с социальными инвестициями компаний, репутацией и финансовыми показателями. Проведен анализ развития корпоративной социальной ответственности в мире и в Украине, выявлены и исследованы современные тенденции развития КСО, стандартов нефинансовой отчетности и инициатив по устойчивому развитию и социальной ответственности в мире и Украине.

Разработана и эмпирически проверена экономико-математическая модель зависимости чистой прибыли и ЕВІТДА компании ДТЭК от объема социальных инвестиций, позволяющая делать прогноз, относительно дальнейшего развития рынка социального инвестирования и его влияния на экономические показатели. Разработаны рекомендации относительно внедрения современных стандартов нефинансовой отчетности в украинские компании, выделены основные проблемы развития КСО в Украине и предложены пути их решения, а также предложены рекомендации по внедрению КСО и социальных инвестиций в украинский бизнес.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, КСО, устойчивое развитие, стейкхолдеры, социальные инвестиции, нефинансовая отчетность, интегрированная отчетность.

Khadzhynov I. Development of Company Corporate Social Responsibility in globalization conditions

The paper deals with theoretical aspects of formation and use of corporate social responsibility in the world and Ukrainian companies as well as interaction between CSR, social investment, reputation and financial indicators. The corporate social responsibility development analysis showed and studied modern trends in CSR, non-financial reporting, initiatives in sustainable development and social responsibility in the world and Ukraine as well.

It is developed and empirically tested economic-mathematical model of dependence of net profit and EBITDA on the social investments volume in DTEK company, which allows to make a forecast of the further market development of social investments and its influence on financial indicators. Recommendations were made regarding the implementation of modern non-financial reporting standards in Ukrainian companies. Main problems of CSR development were highlighted and adequate recommendations were proposed. Recommendations regarding implementing CSR principles and social investments also were made.

Key words: corporate social responsibility, CSR, sustainable development, stakeholders, social investment, non-financial reporting, integrated reporting.

В настоящее время требования корпоративной социальной ответственности (КСО) оказывают значительное влияние на бизнес в развивающихся странах и странах с переходной экономикой, как в сфере прямых отношений между партнерами, так и в процессе разработки законодательных актов и при применении международных стандартов и норм. Предприятия стараются показать покупателям и потенциальным клиентам, что в своей деятельности, они придерживаются принципов социальной ответственности.

Социальная ответственность фирм подразумевает определенный уровень добровольной реакции на вопросы, которые не регулируются законом или выходят за рамки его требований. Для успешного управления необходимо уметь приспосабливаться и добровольно реагировать на проблемы, возникающие в социальной среде, чтобы сделать ее более благожелательной к организации.