

3. Іванишин-Угрин С. Павло Бандрівський: «Головна мета СУМівців – служити Богові та Батьківщині» / Світлана Іванишин-Угрин // Час і Події. – 2012. – № 3. – 18 січня.

4. Шуст І. Відбулася Велика рада пластового куреня Орден хрестоносців / Ігор Шуст // Свобода. – 2009. – № 11. – С. 9.

*Зайцева Н. В., канд. екон. наук, доцент  
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

## **ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ГОТЕЛЯМИ УКРАЇНИ**

Світова готельна індустрія відзначається активним упровадженням сучасних інформаційних систем управління в свою діяльність, а саме: систему бронювання, організацію внутрішніх та зовнішніх комунікацій, оптимізацію маркетингу, особливо у мережі Інтернет. Флагманами інформатизації слугують глобальні мережі, тому виходячи з тенденції поширення їхньої присутності на українському ринку, національним готелям задля забезпечення своєї конкурентоспроможності вкрай необхідно впроваджувати передові розробки. Особливої актуальності проблема набуває в період глибокої кризи, коли українські готелі вимушені функціонувати в умовах нестачі матеріальних, фінансових і кваліфікованих трудових ресурсів.

Проблемам функціонування готельної індустрії та використання інформаційних технологій у готелях присвячено багато робіт вітчизняних та закордонних вчених, таких як: Дж. Уокер, Н. І. Кабушкін, М. А. Морозов, Р. А. Браймер, О. Д. Чудновський, Д. О. Козлов, Н. І. Плотникова, В. Г. Гуляєв, Л. А. Родигін та інші. Але стрімкі темпи науково-технічного прогресу потребують безперервного аналізу існуючих досягнень з метою їхнього подальшого використання у вирішення існуючих проблем готельної індустрії.

Мета роботи полягає у визначенні головних проблем, з якими стикаються українські готелі у процесі впровадження сучасних інформаційних технологій.

На жаль, колосальні можливості сучасних інформаційних технологій використовуються готельними підприємствами України не у повній мірі. Так, дуже низькими є забезпеченість українських готелів сучасною обчислювальною технікою та темпи її оновлення. За даними державного статистичного спостереження «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах», яке охоплювало більше 44 тис. підприємств в усіх регіонах України, 93,4 % підприємств користувались комп'ютерами у роботі. У таких сферах економічної діяльності, як переробна промисловість, оптова та роздрібна торгівля, інформація та телекомунікації, фінансова та страхова діяльність, забезпеченість працівників персональними комп'ютерами перевищує 100 % в той час, коли на підприємствах з сфери тимчасове розміщування й організація харчування на одного працівника припадає менше одного комп'ютера.

Про невисокий рівень використання готелями України сучасних інформаційних технологій свідчать дані Державної служби статистики з оцінки використання комп'ютерів та комп'ютерних мереж підприємствами України. Так у сфері «Тимчасове розміщування й організація харчування» 87,6 % підприємств використовували комп'ютери упродовж 2015 р., 19,1 % працівників використовують комп'ютер у роботі та 16,82 % працівників регулярно використовують приєднаний до мережі Інтернет комп'ютер. Вагомою проблемою залишається підключення готелів до Всесвітньої мережі Інтернет. Більше 50 % підприємств сфери не мають доступу до мережі, особливо низький цей показник у підприємств з великим штатом співробітників, що особливо негативно, адже вони є лідерами галузі та визначають основні тенденції розвитку.

Поступово з інформаційно-рекламного інструмента корпоративний сайт перетворюється в повноправний засіб ведення бізнесу. А розумне використання всіх нових можливостей, що дає інтернет-комерція, у першу чергу дозволяє значно знизити витрати та підвищити при цьому якість обслуговування. Зараз серед 1,2 тис. підприємств сфери «Тимчасове розміщування й організація харчування» в Україні лише 451 мають власний сайт, або 37 %, що є дуже низьким показником. Та навіть ті, що розробили власний веб-сайт не у повній мірі використовують його маркетингові можливості. Так лише 29 % розміщують каталоги продукції або прейскуранти, менше 18,5 % організували розміщення замовлень або бронювання в режимі он-лайн (функція «Додати в кошик») та 9 % мають підтримку онлайн платежів [2].

Звичайно, що впровадження сучасних інформаційних технологій в систему управління готельним підприємством вимагає певних капіталовкладень, що уповільнює процес впровадження в основну діяльність готелів інформаційних технологій. До того ж для ефективного використання комп'ютерних систем в організаціях також необхідний кваліфікований персонал або слід організувати навчання фахівців підприємства, що теж потребує певних затрат. Також низький рівень впровадження сучасних ІКТ на підприємствах обумовлений виникненням труднощів в оцінці переваг від використання ІКТ для покращення роботи в процесі надання послуг, управління рівнем матеріально-технічного забезпечення та організації ринків збуту. Це є одним з загальноновизнаних стримуючих факторів використання ІКТ поряд з відсутністю ресурсів для використання ІКТ та мотивації у персоналу. У напрямку системи обліку поліпшення від використання ІКТ є більш помітними та сприйнятими.

На українському ринку представлено багато інформаційних систем управління підприємствами готельної галузі, переважно закордонного виробництва: американські OPERA, Fidelio й Epitome, російські «Інтеротель», «Едельвейс», Servio, R-Keeper, InStyle, вітчизняні розробки ProHotel, SuperHotel, B52 та ін. [3]. Багато зарубіжних виробників працюють через дистриб'юторів, які одночасно можуть і самі виступати в якості інсталяторів. Вони не адаптовані до умов національного ринку, мають досить високу ціну та слабку технічну підтримку, що й змушує українські готелі йти по шляху розробки власних замовлених ІС, який є малоефективним у довгостроковому плані. Проте у більшості готелів світу значна увага приділяється організації електронних продажів за допомогою глобальних систем резервування, використанню Інтернет та локальних систем продажів.

Таким чином, впровадження інформаційних технологій і автоматизації управління готелями України відстає від провідних розвинених країн світу. Ріст використання інформаційних технологій створює передумови для виходу готельних підприємств на міжнародні ринки послуг. Донедавна можливостями виходу на міжнародні ринки послуг могли скористатися тільки глобальні готельні мережі, однак, сучасні технології й поява нових інструментів маркетингу послуг сьогодні дозволяють брати участь у міжнародному ринку також й індивідуальним готельним підприємствам.

### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України: стат. бюл. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 28 с.
3. Зайцева Н. В. Інформатизація діяльності підприємств гостинності: тенденції розвитку, досвід для України / Н. В. Зайцева // Сборник научных трудов Теоретические и практические аспекты экономики и интеллектуальной собственности. – Мариуполь: ПГТУ, 2015. – № 2 (12). – Том 1. – С. 24–29.

*Лукаш Г. П., д-р філол. наук, професор  
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

### **ПРОБЛЕМИ УКРАЇНОМОВНОЇ ЛОКАЛІЗАЦІЇ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ**

Локалізацією програмного забезпечення (перекладом програм) називають адаптацію під національні вимоги, включаючи забезпечення роботи програм з регіонально-залежними форматами даних і форматами друку, зміну символів, які використовуються, малюнків, колірних комбінацій, музичних фрагментів і т. ін. згідно з культурою цільової аудиторії [3, с. 32]. Локалізація тексту реалізується на двох рівнях: поверхнева локалізація стосується мовного рівня, передбачає функціональну відповідність оригіналу і перекладу, забезпечується еквівалентним або адаптивним перекладом та оцінюється залежно від ступеня досягнення перекладачем поставленої перед ним мети: адаптація «чужої» метричної системи до національної; зазначення дат та часу в усталеній для мови-реципієнта формі тощо; глибинна локалізація скерована на адаптацію тексту до специфічної для культури, ментальності, системи цінностей, конвенціоналізованих зразків поведінки в певній комунікативній ситуації тощо. Для українського ринку товарів та послуг локалізація українською мовою – питання не лише ціни, але й права та гідності україномовного споживача. Так, у статті Кирила Булаховського «Стан і проблеми розвитку україномовної локалізації комп'ютерних програм» поняття «українізація» і «локалізація» рівнозначні [2, с. 93–97]. Корисною є сьогодні робота перекладацьких спілок, наприклад, таких, як «Шлякбित्रаф», що працює