

в системе мер по преодолению кризисных явлений и посткризисного восстановления экономики. Исследования подтвердили сложившуюся в последние годы тенденцию выхода двусторонней торговли между Украиной и ЕС на первое место в общем международном товарообороте Украины. В то же время, положительный эффект переориентации украинской экономики на европейский рынок был нивелирован резкими темпами падения объемов двусторонней торговли, которые являются отражением доминантной негативной тенденции сокращения глобальной внешней торговли Украины. Анализ свидетельствует об отрицательном сальдо, которое не перекрывается экспортом. По группам товарной структуры наблюдается положительное сальдо только за продовольственными товарами и сырьем для их производства черных и цветных металлов и их производства. Все остальные товарные группы за последние годы преимущественно перекрывают экспорт импортом. Такое положение на ВВП страны оказывает негативное влияние.

Указано на необходимость адаптации национальной экономики к условиям мирового рынка и оптимизации внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: евроинтеграция, внешнеторговый оборот, внешняя торговля, экспорт, импорт.

SUMMARY

THE FOREIGN TRADE ACTIVITY OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES STRENGTHENING

The high level of export-orientedness and export-dependence of Ukrainian GDP actualize significantly the necessity of all components of the foreign economic activity of the country, including the expansion of European integration processes.

It is important to evaluate the state of current trade relations between Ukraine and European Union, in terms of European integration intensification, as well as the influence of their dynamics on the economy of the country.

The main provisions of the economic theory, the scientific investigation in the field of foreign relations and European integration are the methodological and theoretical basis of research.

The method of statistical analysis (investigation of European integration of Ukraine), method of comparison (determination of Ukrainian foreign trade relations dynamics, including the EU), methods of theoretical generalization, analysis and synthesis (the definition of the first priority steps towards European integration) have been used.

As a result, the important role of foreign trade in the GDP formation as well as in the stimulation of development economy of Ukraine has been shown. It has been proved that the activities for its development occupy an important place in the system of measures for the crisis prevention and post-crisis recovery. It has also been confirmed by the investigation that, the trend of bilateral trade between Ukraine and the EU, formed in recent years, come to the fore in the volume of international trade of Ukraine. At the same time, the positive effects of reorientation of Ukrainian economy into the European market was neutralized by sharp decline of bilateral trade, which is the reflection of dominant negative trend of global Ukrainian foreign trade reduction.

The credit balance deficit is not covered by the export, as it has been shown by the analysis. According to the commodity groups structure there is a foreign trade surplus only for food, ferrous and non-ferrous metals as well as raw materials for their production.

All the other commodity groups, in recent years, mainly cover export by import. This situation has a negative influence on GDP of the country.

The necessity of adapting the national economy to global market conditions and optimization of foreign trade has been pointed out.

Key words: European integration, foreign trade turnover, foreign trade, export, import.

УДК 911.3

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИЗМІ

МАТВІЙЧУК Л.Ю., ЛЕПКИЙ М.І., П'ЯТКА Н.С.

Луцький національний технічний університет
Мукачівський державний університет

Тема дослідження обумовлена необхідністю оцінки питань інформаційного забезпечення сфери підприємництва в туризмі. Актуальним завданням є окреслення ролі інформації на сучасному етапі, розкриття основних аспектів інформаційного забезпечення, призначення інформаційних потоків в туризмі, розробка теоретико-методологічних засад щодо формування інформаційного забезпечення підприємництва у туристичній сфері діяльності.

Метою статті є оцінка сучасних підходів до інформаційного забезпечення сфери підприємництва в туризмі. Виходячи із поставленої мети ставляться такі завдання: оцінити кваліфікацію інформації за

різними напрямками; роль інформації як головної складової сфери управління; головних аспектів у вивченні інформації; проаналізувати призначення інформаційних потоків; репрезентативності інформації; оцінити зовнішню та внутрішню інформацію; основні вимоги до інформаційного забезпечення; створення нових інформаційних технологій; ефективно управління інформаційними потоками в туризмі; оцінити програмне забезпечення для підприємств туристичної сфери.

Методологія. Теоретико-методологічною основою дослідження виступають положення вченя щодо формування інформаційного забезпечення сфери підприємництва в туризмі, наукові праці учених у даній сфері дослідження. У процесі дослідження використано: загальнонаукові методи пізнання: метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу, прогностно-аналітичний, структурний метод та інші. Інформаційною базою дослідження є монографії та наукові публікації зарубіжних та вітчизняних учених інформація мережі Інтернет; результати власних досліджень.

Результати. На основі комплексного дослідження акцентується увага на кваліфікаційних ознаках виділення інформаційного забезпечення; головних аспектах у вивченні інформації. Проаналізовано інформацію в туризмі за різними напрямками; роль інформаційних потоків та їх призначення у сфері туристичної діяльності; основних вимог до інформаційного забезпечення та їх ефективного управління в туризмі.

Наукова новизна. Заключається в тому, що на основі узагальнення різнопланових матеріалів дається оцінка процесам інформаційного забезпечення в туризмі, їх ефективного використанню.

Практична значимість. Полягає в тому, що проаналізовано призначення інформаційних потоків у сфері туристичної діяльності, оцінено їх програмне забезпечення для підприємств сфери туризму.

Ключові слова: інформація, інформаційний потік, оптимальна організація інформаційних потоків, репрезентативність інформації; зовнішня інформація, внутрішня інформація, інформаційне забезпечення, інформаційна система, вхідні інформаційні потоки, вихідні інформаційні потоки; ефективно управління інформаційними потоками, автоматизована інформаційна система, програмне забезпечення інформаційних систем.

Термін "інформація" (лат.) означає "пояснення", "викладення", "повідомлення". Початок вживання цього терміну припадає на кінець XIX ст., але спочатку це поняття використовувалось лише щодо засобів зв'язку. Розвиток науки та техніки привів до переосмислення змісту цього терміну з виокремленням особистих та специфічних видів інформації відносно до сфери застосування.

Глобалізація суспільних процесів, активна інтеграція України у світову економічну систему зумовлює появу потреби використання прогресивних інформаційних систем та телекомунікаційних технологій в її інноваційному розвитку. Внаслідок входження України до світової мережі інформаційних комунікацій поступово вдосконалюються умови функціонування інформаційних систем, зокрема, розроблена державна програма інформатизації, формується нормативно-правова база, збільшується кількість підприємств інформаційної інфраструктури, поліпшується якість каналів зв'язку, урізноманітнюються технічні засоби та інформаційні технології активізації інформаційних систем.

Об'єкти та методи дослідження.

Ще у середині XX ст. основоположник кібернетики Норберт Вінер звернув увагу на те, що інформація, на відміну, наприклад, від сировини і енергії, володіє унікальною властивістю: величина інформації під час використання не тільки не зменшується, навпаки, її якість і значущість підвищуються.

Ще однією властивістю інформації є суб'єктний характер її обігу. Обмін інформацією вимагає зусиль як суб'єкта, який передає інформацію, так і суб'єкта, що сприймає її. Саме тому ефективність використання інформації безпосередньо залежить від характеристик осіб, що формують і сприяють обміну інформацією.

У цілому інформацію слід розглядати як засіб зниження невизначеності, який сприяє досягненню конкретної мети того або іншого суб'єкта (у даному випадку в сфері малого підприємництва). Не всякі дані про досліджуваний об'єкт є інформацією, а лише ті, які допомагають усунути невизначеність щодо об'єкта дослідження.

Визначення поняття "інформаційне забезпечення", наведені в різних наукових джерелах, висвітлюють мету інформаційного забезпечення, його об'єкт, засоби здійснення

процесуально-діяльнісну та інформаційно-ресурсну складові. Інформаційне забезпечення є базою, на якій ґрунтується управлінська діяльність. Інформацію тут слід розглядати як певну сукупність різних повідомлень, відомостей, даних про відповідні предмети, явища, процеси, відношення та ін. Ці відомості систематизовані і перетворені у придатну для використання форму, відіграють в управлінні надзвичайно важливу роль.

Питанням використання інформаційного забезпечення сфери підприємництва в туризмі присвячені праці таких вчених, як: Виноградської А., Забалдіна Ю., Мельниченко С., Скопень М. та інших.

Постановка задачі. Метою статті є оцінка основних підходів до інформаційного забезпечення сфери підприємництва в туризмі. Виходячи із поставленої мети ставляться такі завдання: оцінити кваліфікацію інформації; роль інформації як складової сфери управління; аспектів у вивченні інформації; проаналізувати призначення інформаційних потоків; репрезентативності інформації; оцінити зовнішню та внутрішню інформацію; основні вимоги до інформаційного забезпечення; ефективно управління інформаційними потоками в туризмі; оцінити програмне забезпечення для підприємств туристичної сфери.

Результати та їх обговорення.

Інформація на сучасному етапі затребувана і як ресурс, і як товар, що задовольняє інформаційні потреби. На всіх стадіях обігу інформації як економічного блага виявляються її унікальні властивості, які сприяють вдосконаленню організації бізнесу.

Сьогодні зміст поняття "інформація" трактується двояко:

1) відомості, дані, значення показників, що є об'єктом зберігання, обробки, передачі і використання в процесі аналізу та вироблення рішень в управлінні;

2) один з видів ресурсів, що використовується в процесах, отримання якого вимагає витрат часу й інших видів ресурсів, у зв'язку з чим ці витрати варто включати у витрати виробництва.

Інформації притаманні певні особливості:

- специфічність форми надання і відображення у вигляді первинних і зведених документів;

- об'ємність: вдосконалення управління супроводжується збільшенням супутніх потоків інформації;

- циклічність: для більшості виробничих процесів характерна повторюваність стадій обробки інформації;

- відображення результатів виробничо-господарської діяльності за допомогою системи натуральних і вартісних показників;

- специфічність за способом обробки: у процесі обробки переважно застосовуються арифметичні і логічні операції.

Сукупність інформації класифікується за різними напрямками.

Основними критеріями класифікації є:

1) *по фазах і процесах господарської діяльності* - інформація про виробництво, розподіл, обмін, споживання;

2) *по елементах (чинниках) відтворення* - інформація про населення і трудові ресурси, природні ресурси, продукцію і послуги, грошові кошти, тощо;

3) *по структурних одиницях* - галузям національної економіки, регіонам, підприємствам і організаціям;

4) *по приналежності до тієї або іншої функції управління виділяють:* планову, організаційну, облікову, аналітичну, контрольну та інші види інформації;

5) *по характеру дії на споживачів* розрізняють економічну інформацію щодо повідомлення і управління: перша містить відомості, які використовуються для

обґрунтування управлінських рішень, друга - результати ухвалення рішень, які доводяться до виконавців і підлягають реалізації;

б) *направлена і ненаправлена інформація* розрізняється залежно від способу доведення до користувачів. У першому випадку інформація доводиться до одного або декількох конкретних адресатів, як правило, у формах уніфікованих документів регламентованому часовому режимі. У другому випадку інформація має універсальний характер і припускає, як правило, активний її пошук з боку споживачів у момент виникнення інформаційної потреби.

Інформація - це головний елемент будь-якої з функцій управління. Процес управління взагалі та кожна його підсистема зокрема, в тому числі і підсистема економічного аналізу являє собою інформаційну, тобто комунікативну, систему зі збору, передачі, обробки та зберігання інформації про об'єкт управління.

Інформація, яка надходить від окремих підсистем у систему управління переробляється, і тут виробляються керуючі сигнали для окремих елементів. Обґрунтованість і своєчасність управлінських рішень значною мірою залежить від здатності та можливості управлінського персоналу суб'єкта господарювання в потрібний момент зібрати, проаналізувати та інтерпретувати інформацію. Прийняття управлінських рішень базується саме на постійному перетворенні інформації, а сам процес управління має інформаційний характер.

Украй важливим у вивченні інформації є розкриття трьох основних її аспектів:

- *синтаксичний* - характеризує структуру і форму надання інформації в рамках кількісної теорії інформації. Проте для вивчення інформації в економічній системі найбільш значущими є семантичний і прагматичний аспекти;

- *семантичний* - інформація повинна володіти певним сенсом;

- *прагматичний* - здатність інформації впливати на процеси управління, тобто цінність, корисність.

З урахуванням того факту, що інформація постійно "рухається": отримується, переробляється, передається; необхідно вести мову про інформаційні потоки, які надходять до системи економічного аналізу та забезпечують її функціонування. Інформація циркулює в рамках суб'єкта господарювання в горизонтальному і вертикальному напрямках. Вертикальні інформаційні потоки забезпечують, в основному, процеси управління, горизонтальні - виробничу діяльність.

Головна *мета та призначення інформаційних потоків* - це оптимізація роботи підприємства. Її досягнення відбувається за рахунок вдосконалення інформаційних потоків за багатьма ознаками.

Серед них велике значення необхідно приділяти оптимальній організації інформаційних потоків.

Поняття "**оптимальна організація інформаційних потоків**" потребує дотримання цілого спектра умов:

- рух інформації повинен відбуватися в намічені терміни і в необхідному обсязі;

- інформаційний обмін між окремими структурними підрозділами підприємства і посадовими особами має бути суворо регламентований;

- необхідно врахування екстрених варіантів одержання, обробки, передачі і зберігання інформації;

- передбачення персональної відповідальності посадових осіб за порушення термінів перекручування змісту і порядку надання інформації.

Дотримання вимог періодичності, строків та форми надання інформації - це питання якості організації роботи управлінського персоналу. Якість інформації можна визначити як

сукупність властивостей, які обумовлюють можливість її використання для задоволення певних потреб [4].

Інформаційний потік - це потік повідомлень у речовій і документальній формах, який генерується матеріальним і фінансовим потоками в логістичній системі. Інформаційний потік циркулює як у середині логістичної системи між її елементами, так і між логістичною системою і зовнішнім оточенням.

Інформаційний потік класифікують за такими ознаками:

а) **напрямок, де інформаційні потоки поділяються на:**

- *директивні* - надходять від вищих рівнів управління до нижчих;
- *інформаційно-довідкові* - надходять від нижчих рівнів управління до вищих, циркулюють між елементами однакових рівнів і надходять в логістичну систему із зовнішнього оточення.

б) **застосуванням, де інформаційні потоки поділяються на:**

- *формальні* - мають документальну форму існування і стосуються подій, які відбуваються в логістичній системі;
- *неформальні* - мають речову форму існування і не стосуються подій, які відбуваються в логістичній системі.

Репрезентативність інформації пов'язана з правильністю її відбору і формування з метою адекватного відображення заданих властивостей об'єкту.

1) *Повнота інформації* означає, що вона містить мінімальний, але достатній склад відомостей для рішення задач аналізу.

2) *Доступність інформації* забезпечується можливістю проведення відповідних процедур її отримання і переробки.

3) *Актуальність інформації* визначається ступенем зберігання її значущості для реалізації аналітичних функцій у момент її використання.

4) *Своєчасність інформації* характеризується можливістю її використання при рішенні задач аналізу без порушення встановлених процедур та термінів. Таким чином, своєчасною є інформація, що поступає не пізніше призначеного моменту часу.

5) *Точність інформації* характеризується ступенем близькості параметра аналітичної оцінки і його дійсного значення, що відображається інформацією.

6) *Стійкість* - це властивість інформації реагувати на зміну початкових даних, зберігаючи необхідну точність.

7) *Достовірність інформації* визначається її властивістю відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю.

8) *Зрозумілість і сумісність* вказують на необхідність однозначного трактування і порівняльності даних різних звітних періодів і різних підприємств при проведенні порівняльного аналізу.

9) *Істотність інформації* має прямий взаємозв'язок з витратами, необхідними для її одержання: нема сенсу витрачати час, трудові і матеріальні ресурси на одержання й обробку несуттєвої інформації, тобто тієї, яка не вплине на думку користувачів результатів аналізу.

10) *Економічність інформації* обумовлена порівняльністю витрат на її одержання й ефекту від її використання.

11) *Цінність інформації* - це комплексний показник її якості, міра кількості інформації на прагматичному рівні.

Наведені якісні характеристики інформації зумовлюють її корисність для рішення задач економічного аналізу розвитку підприємництва.

Однак, потрібно враховувати, що наявність розглянутих властивостей не може повною мірою гарантувати існування раціонального інформаційного забезпечення - необхідне

комплексне оптимальне співвідношення інформаційної системи, комунікативного середовища та інформаційних технологій.

Сфера формування економічної інформації, яка використовується в процесі здійснення аналізу діяльності суб'єкта господарювання, поділяється на дві групи: внутрішня та зовнішня. Остання займає значно меншу питому вагу в сукупності інформаційного забезпечення економічного аналізу, але це не зменшує її значущість та необхідність застосування.

До головних джерел з яких надходить *зовнішня інформація належать:*

1. *Органи законодавчої і виконавчої влади:* Верховна Рада, Кабінет Міністрів України, Міністерство фінансів, Національний банк України, Державний комітет статистики, тощо. Ці органи державного регулювання формують основні законодавчі та нормативні положення щодо усіх напрямків діяльності підприємства;

2. *Контрагенти:* постачальники, покупці, фінансові установи. Вони надають інформацію, яка безпосередньо впливає або буде впливати на діяльність підприємства та може її суттєво змінити: ставки кредитування; тарифи на комунальні послуги; умови придбання або реалізації товарів, робіт, послуг тощо;

3. *Засоби масової інформації:* звіти державних агентств та акціонерних товариств, огляд експертів, наукові публікації тощо.

Завдяки *внутрішній інформації* реалізується аналітична функція системи управління. Саме внутрішня сфера формує майже 90% інформації, яка є необхідною для здійснення процесу управління. До джерел формування внутрішньої інформації належать структурні підрозділи підприємства.

Для досягнення мети застосовується і організаційна інформація. Облікова інформаційне забезпечення є головним джерелом при оцінці динаміки та визначенні впливу факторів на об'єкт дослідження. Застосування контрольного виду інформаційного забезпечення є обов'язковою умовою отримання об'єктивних результатів аналізу.

Враховуючи специфічність інформації у підприємстві, важливо визначити якісні вимоги до інформаційних потоків. На сьогодні виділено різні вимоги до якісних параметрів систем інформаційного забезпечення. Доцільно відокремити такі якісні вимоги:

- *забезпеченість повноти інформації.* Розрізняють три рівня сприйняття інформації: інформаційна надлишковість, необхідний рівень, недостатність інформації. Отже, важливою умовою для ефективного функціонування системи управління розвитком підприємства в регіоні, слід вважати забезпечення таких обсягів інформації, які є достатніми для прийняття управлінських рішень;

- *забезпеченість достовірності інформації.* Достовірність інформації має три рівні: абсолютний (100% є достовірною), довірча достовірність (80%), негативна достовірність (коли понад 20% інформації є недостовірною). Для успішного функціонування системи інформаційного забезпечення достатньо підтримувати рівень достовірної інформації.

- *насиченість інформації* характеризується відношенням обсягів корисної інформації до фонові. За рівнем насиченості розрізняють: високий (100-80%), нормальний (50-80%), низький (нижче ніж 50%). Для цілей забезпечення інформаційної підтримки розвитку підприємства насиченість повинна мати високий рівень.

- *відкритість інформації* характеризує можливість її представлення різним контингентам. За рівнем відкритості інформацію розрізняють: таємну, конфіденційну та відкритую. З огляду на те, що інформаційне забезпечення має задовольняти інтереси, як органів підтримки підприємства, так і самих суб'єктів підприємства, вона має відповідати вимогам відкритості [1].

Доцільно на перших етапах паралельно із створенням телекомунікаційної системи розпочати створення інтернет-сторінок установами, які здійснюють управління та підтримку

підприємництва. Це дозволило би певною мірою скоротити витрати на створення регіональної мережі інформаційного забезпечення суб'єктів підприємництва.

Інформаційне забезпечення - сукупність процесів з підготовки і надання спеціально підготовленої інформації для вирішення управлінських, наукових, технічних та інших завдань у відповідності з етапами, їх розв'язання. Інформаційне забезпечення - комплекс методів, засобів документаційного, фактографічного і концептографічного обслуговування, використовуваних для задоволення інформаційних потреб у конкретній науково-технічній ситуації або у вирішенні управлінських задач.

Під інформаційним забезпеченням розуміють сукупність форм документів різних видів призначення, нормативної бази та реалізованих рішень щодо обсягів розміщення і форм існування, інформації, яка використовується в інформаційній системі, під час її функціонування на об'єкті управління (згідно ГОСТ 34.003-90 "АС Термины и определения").

Основні вимоги до інформаційного забезпечення (ГОСТ 24.104-85 "Автоматизированные системы управления. Общие требования") такі:

1) Інформаційне забезпечення має бути достатнім для використання всіх функцій інформаційної системи, які автоматизуються.

2) Для кодування інформації, що використовується як на об'єкті управління, так і на вищому рівні, необхідно використовувати погоджені класифікатори, які в них є.

3) Інформаційне забезпечення даної інформаційної системи має бути поєднане з інформаційним забезпеченням інших систем з якими воно взаємодіє.

4) Форми документів і відеокадрів, які вводяться системою, мають відповідати вимогам стандартів, технічним характеристикам терміналів, а також погодженні з замовником.

5) Сукупність інформаційних масивів організується у вигляді бази даних на машинних носіях.

6) Інші вимоги.

Інформаційна система, що характеризує внутрішній стан і процеси, які відбуваються на об'єкті управління та його зовнішнє середовище, а також є моделлю цього об'єкта – це система автоматизованого збирання й обробки інформації. Вона є основою для організації системи об'єктивного інформаційного забезпечення організації [3].

Створення нових інформаційних технологій має велике значення для розвитку суспільства. Вони активно перетворюють інші технології матеріального і нематеріального виробництва, в кінцевому підсумку формуючи новий стиль роботи, спосіб життя в цілому. Суть інформаційних технологій становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління об'єктами, у тому числі, підприємствами сфери туризму.

Туристична діяльність і інформація нероздільні. Рішення про поїздку приймається, як правило, на основі інформації. Тур в момент купівлі - теж інформація. Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік правдивої і своєчасної інформації для прийняття важливих управлінських рішень з метою досягнення очікуваного кінцевого результату - отримання прибутку. У зв'язку з тим, що інформацією учасники туристського ринку обмінюються протягом дня, виникає необхідність у вмінні збирати, опрацьовувати її.

У життєдіяльність відкритої інформаційної системи важливими є вхідні та вихідні потоки. **Вхідні потоки інформаційної туристичної системи** забезпечують її постачання матеріальними (паливно-мастильні матеріали, електроенергія, вода, тепло, газ, харчові продукти, комплектуючі готельного бізнесу, матеріали для будівельно-ремонтних робіт та ін.), фінансовими (інвестиції) та інформаційними (характеристики зовнішнього оточення логістичної системи, до яких відносяться державні митні, законодавчі, податкові органи;

банківсько-кредитна система; транспортні і консалтингові компанії; конкуренти, природоохоронні організації та ін.) ресурсами із зовнішнього середовища.

Вихідні інформаційні потоки забезпечують вихід у зовнішнє середовище елементів, що є результатом процесу, який відбувається всередині системи. Наприклад, з матеріальних потоків це можуть бути туристи, котрі отримали заплановані і додаткові послуги. З фінансових - розрахунки за матеріальні ресурси та послуги інших фірм, що роблять свій внесок у формування турпродукту. З інформаційних - відомості про умови закупівлі, доставки елементів матеріального потоку в систему, відзиви туристів тощо.

Сумарний (вхідний, внутрішній та вихідний) інформаційний потік повинен забезпечувати системі безперебійне функціонування, а також фінансування, в разі необхідності, проектних робіт пов'язаних:

- з розширенням системи (збільшення кількості працюючих);
- зі збільшенням потоку туристів через систему за певний період;
- з відкриттям нових маршрутів;
- з наданням нових видів обслуговування;
- з підвищенням якості обслуговування;
- з переорієнтацією діяльності на нові напрямки (диверсифікація туристичної діяльності).

Ефективне управління інформаційними потоками передбачає дотримання основних принципів.

1. Інтеграції - передбачає об'єднання простих потоків у складні для зменшення витрат на управління потоком. Наприклад, автотранспортна фірма виконує перевезення туристів з аеропорту до курортного містечка, де функціонує декілька готелів. Готелі, розташовані в курортному містечку, не мають свого транспорту і користуються послугами перевізника. Транспортна фірма буде намагатись об'єднати прості потоки (з аеропорту до кожного готелю зокрема) в складний (інтегрований) з метою заповнення транспортного засобу до повної пасажиромісткості, що дозволить їй зекономити на витратах пального, і, в кінцевому результаті, встановити невисокі тарифи на перевезення.

2. Синхронізації - обумовлює упорядкування руху потоків у часі, наприклад узгодження в розкладі часу прильоту літака та прибуття в аеропорт автобуса, який здійснить трансфер туристів до місця призначення.

3. Оптимізації - встановлює оптимальну кількість запасів у інформаційній системі.

4. Односпрямованості - визначає перевагу односпрямованого руху над багатовекторним.

Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних ІТ, тому за останні десятиліття зазнала значного впливу науково-технічного прогресу. Система ІТ в туризмі охоплює інформаційні системи менеджменту, глобальні системи бронювання мультимедіа, інтегровані комунікаційні мережі.

Серед найважливіших досягнень сфери туризму стала її *комп'ютеризація*. Персональний комп'ютер та мережа Інтернет дали змогу створювати загальнодоступну надзвичайно інформаційно містку, та, порівняно з іншими інформаційно-технологічними системами, дешеву й швидко інформаційну інфраструктуру, їх доступність та надійність сприяли входженню у всі сфери суспільства нових інформаційних технологій, які повною мірою забезпечили ріст продуктивності у сфері послуг.

Завдяки використанню ресурсів персонального комп'ютера та каналів зв'язку було дано перший поштовх до всесвітньої інтеграції баз даних та внутрішніх систем бронювання. На ринку туристичних послуг почали з'являтися глобальні дистриб'юторські системи - SABRE, GALILEO, GABRIEL, AMADEUS та інші, які пропонували турагентствам можливість бронювання та доступ до баз даних постачальників туристичних послуг по всьому світу. З

появою та поширенням Інтернету, підвищенням комп'ютерної грамотності необхідність в установці спеціального обладнання та навчання співробітників турагентств, що гальмувала розвиток даних систем, відпала, з'явилась можливість виходу на кінцевого споживача.

Удосконалювалося і програмне забезпечення взаємодії між туроператором та турагентом: від роботи в системі офф-лайн, в якій Інтернетом користуються лише для передачі заздалегідь заповнених заявок по електронній пошті, до роботи в режимі реального часу, коли заявки, оформлені та збережені в програмному забезпеченні турагента, автоматично потрапляють в базу даних туроператора. У випадках, коли використовується система он-лайн бронювання, після відправки заявки турагент може одразу прослідкувати її стан. Така система зручна для зв'язку туристичних підприємств, що знаходяться в різних часових поясах, економить час та ресурси турагента.

Крім глобальних дистриб'юторських систем, отримати інформацію про послуги готелів, забронувати номери можна за допомогою *публічних інформаційних порталів та власних сторінок* в Інтернеті. Інформаційні портали надають широкий спектр інформації про туристичні фірми, агентства, можливість вибору та замовлення туру, створюють належні умови для того, щоб ознайомитися з новинами туризму, описом курортів, країн, отримати значний обсяг корисної інформації про особливості подорожі та інше. Спеціалізовані web-сторінки містять інформацію про туристичні послуги, оформлення й відправлення замовлень, оформлення документів у режимі он-лайн для розрахунків традиційним шляхом з використанням стандартних засобів [4].

Однією з новітніх технологій є використання *електронного довідника-каталогу*, до функцій якого входить вибір туристичного продукту, автоматизованих агентств, оформлення замовлення. Висока ефективність каталогу зумовлена надзвичайно високим обсягом інформації на web-сторінках, яку презентують різними мультимедійними методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів. Реклама в Інтернеті доступна без обмеження в будь-який час доби широкому колу споживачів.

Інформаційно-технічна революція, яка відбулась в суспільстві, змінила характер та методи ведення бізнесу. Інформаційні системи розглядають як необхідний засіб забезпечення технологічного процесу, моделювання, моніторингу і прогнозування екологічних, економічних та інноваційних процесів на підприємствах туристичної галузі. Ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне управління - це ключова ланка в підвищенні економічної ефективності і поліпшенні якості послуг. Тому для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування клієнта неминучим і незамінним стає *впровадження автоматизованих систем управління (АСУ)*.

В умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних АСУ. Їх цінність можна розглядати у двох площинах: у процесах, які автоматизуються; даних, які акумулюються під час роботи. Розглянемо значення кожної з них.

1. Автоматизація процесів функціонування систем дозволяє активувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва туристичної фірми. При цьому досягається взаємозв'язок між різними службами фірми, що значною мірою підвищує ефективність праці і дозволяє позбавитися значної кількості суттєвих помилок, отриманих під час створення продукту (послуги). Разом з тим, керівництво одержує потужний інструмент контролю розвитку туристичної фірми і фінансових потоків, а можливості зловживань персоналу скорочуються до мінімуму. В цілому, з використанням автоматизованих систем туристична фірма стає більш керованою. Керівництво, одержуючи адекватні дані щодо стану справ на даний момент і в перспективі на майбутнє, має можливість приймати коректні і своєчасні рішення.

2. Крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для клієнтів. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги споживача послуг, зберігає дані по кожному клієнту, що коли-небудь користувався послугами туристичної фірми, а процес надання послуг стає безпроблемним для нього [3].

Загальними особливостями АСУ є автоматизація процесів планування, обліку управління основними напрямками діяльності туристичної фірми. Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких підсистем, як управління фінансами: матеріальними потоками, обслуговуванням, персоналом, збутом, маркетингом, аналізом фінансових потоків, оборотними коштами туристичної фірми і т.д.

Інформаційні технології управління з'явилися у світовій індустрії давно, на українському ринку - присутні відносно недавно. Для більшості фірм України, які займаються туристичною діяльністю (близько 60 %), впровадження АСУ є необхідним критично важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні використання стає засобом конкурентної боротьби туроператорів. Тому українська туристична індустрія сьогодні переживає етап масштабної переорієнтації з паперово-ручного методу роботи на застосування АСУ.

Існують такі рівні автоматизації:

- офісна оргтехніка (телефони, факси, ксерокси);
- комп'ютери із стандартним програмним забезпеченням типу Microsoft Office;
- спеціальне програмне забезпечення - BackOffice та його зв'язок з глобальними системами бронювання;
- наявність власних Інтернет-магазинів.

У наш час професійні офісні програми претендують на повну автоматизацію бізнес-процесів туристичних фірм. На жаль, використання широкого діапазону економічно перспективних комп'ютерних програм, доступних багатьом туристичним фірмам, обмежується недостатньою підготовкою кваліфікованого персоналу, ініціативністю менеджерів. У той же час, інформаційний технологічний прогрес випереджає очікування туристичних фірм у довгостроковій адекватності впроваджених АСУ. Якщо раніше такі фірми змінювали технологічне оснащення, в середньому, кожні 5-8 років, то сьогодні цей термін скоротився до 3-4 років, і ця тенденція спостерігається в наш час. Потрібно відзначити, що сам по собі факт установки сучасної системи не означає безумовного отримання віддачі від здійснених витрат [5].

Ефективність автоматизації обумовлюється цілим комплексом скоординованих заходів щодо перегляду сформованих методів і порядку роботи, перепідготовки персоналу, розробки і перетворення інформаційно-технологічної стратегії підприємства. Тому, перш за все керівники туристичних фірм мають усвідомити те, що для ширшого використання комп'ютерних технологій в майбутньому потрібно підвищувати рівень кваліфікації співробітників вже сьогодні. Це призведе до зростання якості обслуговування клієнтів, дозволить менеджерам швидше і точніше компонувати тур, надавати диверсифікований спектр туристичних послуг, покращити рівень розвитку маркетингового планування, підвищити конкурентоздатність послуг на ринку сьогодні.

Результатом впровадження будь-якої АСУ в туристичному комплексі є підвищення ефективності роботи, високий рівень сервісу для клієнтів і суворий фінансовий контроль. *Система управління продаж послуг споживачу* - це сучасний підхід до управління відділом реалізації і вирішення питань з організації і проведення заходів, що ефективно контролює діяльність комерційного відділу фірми, здійснює групові продажі, аналізує прибутковість заявок, формує цінову політику, складає контракти і контролює їх виконання, здійснює бронювання, продаж і оренду конференц-приміщень, допомагає організувати банкетні заходи. Створення пакету необхідних послуг для клієнтів при організації заходів різного характеру.

відбувається за лічені хвилини, при цьому користувач має доступ до необмеженої кількості категорій імен, описів, опцій.

Важливою тенденцією розвитку міжнародної туристичної індустрії останніх років стало активне використання систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають суттєвого збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління туристичною фірмою інформацію (бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх періодів тощо), враховує специфіку сегментів ринку і проведені реконструкції по ціноутворенню та управлінню тарифами. Рекомендації стосуються як стратегії комерційної політики турфірми в середній і довгостроковій перспективі, так і щоденних дій її відділів замовлення, продажу і розміщення туристичних послуг.

АСУ туристичним комплексом функціонують як в окремих туристичних фірмах, так і в цілих мережах даної галузі, які оснащені могутнім інструментарієм по збереженню і управлінню кореспонденцією між відділом продажів туристичної фірми і клієнтами. Сучасні АСУ працюють не тільки в локальній мережі, але і мають можливість підключення до роботи в глобальній мережі Інтернет. Перевагами таких технологій є те, що даний процес дозволяє проводити гнучку маркетингову і цінову політику, досягаючи при цьому максимальної прибутковості від кожної отриманої заявки чи пропозиції. Завдяки цьому туристична фірма має можливість створювати високоефективну стратегію продажу, що базується на аналізі тенденцій і взаємодій на ринку, контролювати умови реалізації своїх пакетів послуг (мінімальний тариф і тривалість туру, обмеження на кількість продаваних путівок різних типів, вимоги, гарантії заявок, передоплату та ін.), приводячи їх у відповідність з кон'юктурою ринку у будь-якому географічному регіоні. У такий спосіб туристична фірма одержує максимально можливу віддачу від кожного сегменту ринку.

Автоматизація управління діяльністю туристичної фірми тісно пов'язана із системою збору та аналізу зовнішньої поточної інформації. Ці процеси мають комплексний характер і охоплюють усі сторони функціонування туристичної фірми і взаємин з клієнтами. Система збору зовнішньої поточної інформації, під якою розуміється набір джерел і методичних прийомів, за допомогою яких управлінці отримують інформацію з комерційного середовища, забезпечує керівників даними про останні події на ринку надання туристичних послуг. Збір інформації відбувається з книг, газет, спеціалізованих видань, розмов з клієнтами, постачальниками послуг, турагентами. Одним із способів акумулювати потрібну інформацію по пропозиціям туроператорів є поява так званих Інтернет-пейджерів, що пропонують єдину базу даних з єдиним форматом. В залежності від бажань та можливостей турагента він за певну плату може регулярно користуватися послугами одного з таких пейджерів, що відрізняються кількістю представлених операторів, оперативністю роботи, якістю даних та зручністю інтерфейса [4].

Туристичні фірми з достатньо високим рівнем організації вживають додаткових заходів для підвищення якості і збільшення кількості зібраної зовнішньої поточної інформації (різноманітні рейтинги, статистичні дані, інформація про тенденції зміни туристського попиту) через заохочення турагентів, ділових партнерів та ін.

У наш час, за яскраво вираженої невизначеності, стохастичності зовнішнього середовища необхідною властивістю туристичної фірми виступає її здатність до адаптації. Висока надійність і забезпечення стійкості - один із фундаментальних принципів її функціонування. З урахуванням конкретних умов, необхідно розробляти і впроваджувати комплексні автоматизовані системи, що концентрують у собі сукупність організаційних, режимних, технічних та інших можливостей, спрямованих на досягнення достатнього рівня економічної ефективності і безпеки ведення бізнесу.

Впровадження сучасних інформаційних технологій в систему управління вимагає значних капіталовкладень. Оцінка економічної доцільності інвестицій - завдання складне, тому що метою придбання нових технологій є не лише скорочення витрат на робочу силу, але і підвищення якості і розширення асортименту послуг, скорочення термінів підготовки нових послуг і підвищення гнучкості процесу обслуговування. В силу того, що деякі з цих переваг не спричиняють прямого скорочення витрат на робочу силу, виправдати їх вибір досить складно. Крім того, стрімкий розвиток нових технологій приводить до того, що придбане устаткування внаслідок старіння втрачає функціональні якості протягом короткого проміжку часу, що робить оцінку витрат і вигод ще більш проблемним завданням.

Позитивними сторонами (перевагами) впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи з управління є:

- зниження тривалості операційного циклу;
- своєчасна корекція асортименту послуг, що надаються;
- скорочення витрат ресурсів та вирішення ряду інших завдань.

Зниження тривалості операційного циклу дозволяє туристичній фірмі скоротити терміни надання послуг і створює потребу швидкого реагування на зміни попиту. Причому збільшується кількість послуг, що надаються туристичною фірмою, поліпшується їх якість. Однак, всі ці переваги складно оцінити, що значною мірою залежить від дій конкурентів, які практично непередбачувані. Все ж таки, незважаючи на це, їх не слід ігнорувати, бо за своєю природою такі переваги є стратегічними і надзвичайно важливими для довгострокового успіху будь-якої туристичної фірми [4].

Інформаційна система дозволяє у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, які реалізуються невдало, і замінити їх новими, що дозволить отримати економічний ефект за рахунок більш точного визначення категорії клієнтів, часу і зміни смаків тощо.

Впровадження автоматизованої інформаційної системи дозволяє скоротити витрати на робочу силу приблизно на 30%, а отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть меншими за такі ж показники при використанні старого підходу. Це відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань туристичного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, підвищити кваліфікацію працівників туристичної фірми. На макрорівні система інформаційних технологій дозволяє інтегрувати пропозиції туристичних продуктів та їх розподіл. На мікрорівні впровадження передових технологій призводить до більш ефективного і швидкого управління фірмою, яка надає послуги.

У роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми. Як приклад можна навести програмне забезпечення для підприємств туристичної сфери, що розробляється компанією "Парус-Запад":

- "Парус-Підприємство" - проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дозволяє автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу;

- "Парус-Консультант" - система, в базі даних якої зібрано ряд нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності турпідприємства;

- **"Парус-Турагентство"** - система, що дозволяє вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків з клієнтами та здійснювати інші операції;

- **"Парус-Готель"** - система, що полегшує управління номерним фондом, автоматизує процеси бронювання, реєстрації та виїзду клієнтів, формує вартість наданих послуг, здійснює розрахунки з клієнтами, дозволяє формувати актуальну базу даних про номерний фонд, послуги, клієнтів, дозволяє роздрукувати основні форми документів, що використовуються в готельному бізнесі, а також звіти про основні аспекти діяльності готелю; а також системи **"Парус-Ресторан"**, **"Парус-Лікувальний заклад"**, **"Парус-Менеджмент і маркетинг"**[3].

В роботі турфірм також використовуються програмні комплекси:

- **"САМО-ТурАгент"** - програма, призначена для автоматизації турагентств. Дозволяє вести базу даних по заявкам клієнтів, взаєморозрахункам з туристами та туроператорами, оформляти друковані документи. Програма дозволяє підтримувати налаштування та поповнення систем звітів, вести облік телефонних дзвінків. Взаємодіє з програмними комплексами, що підтримують формат TravelXML. Дозволяє використовувати пропозиції різних систем пошуку та бронювання;

- **"САМО-Тур-автоматизація туроператора"** - призначений для автоматизації туроператорської діяльності. Дозволяє формувати турпакет з послуг постачальників, розраховувати прайс-листи і готувати електронний та паперовий каталоги цін. Робить можливим облік проданих турів, платежів за них, взаєморозрахунків з постачальниками. При цьому ведеться контроль обмежених послуг та готується повний пакет документів для туриста. Програма містить більше ніж 200 готових форм різноманітних документів. Здійснюється обмін даними з програмними комплексами САМО-ТурАгент та САМО-Incomming;

- **"Майстер-Тур"** - охоплює всі аспекти діяльності турфірми: від створення прайса і каталогів, до реалізації турпродукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського. Надає можливість доступу до інформації про кожен тур, про кожного клієнта, про кожного партнера і взаєморозрахунки; забезпечує точність у виконанні калькуляцій туру; дозволяє легко заповнювати стандартні форми документів. Використовується в роботі менеджерів при створенні та продажі туру, касирів, візового і чартерного відділів і відділу бронювання, економіста, бухгалтера, маркетолога, фінансового директора, генерального директора;

- **"Майстер-Агент"** - призначена для автоматизації діяльності туристичного агентства. Дозволяє завантажувати ціни операторів для подальшого пошуку по даті заїзду, країні, готелю і ціні. Допомогає швидко оформляти заявки, автоматично формувати і друкувати безліч документів - листи бронювання, путівки, договори та ін.;

- **"АероПринт Плюс"** - програмний комплекс, призначений для автоматизації друку авіаквитків на будь-яких бланках. Маска квитка автоматично заповнюється з систем бронювання GABRIEL, AMADEUS, СИРЕНА, WORLDSPAN, GALILEO. Дозволяє легко і наочно редагувати і додавати нові бланки, забезпечує друк різних платіжних документів, супроводжуючих продаж авіаквитків, формує базу даних по проданих квитках і інших послугах, що дозволяє отримувати будь-які види звітності [3].

Одним з останніх досягнень у запровадженні інформаційних технологій в сферу туризму стало намагання створити в мережі Інтернет *єдиний інформаційний простір*, доступний як туристичним підприємствам, так і іншим організаціям, що беруть участь в забезпеченні туристичного процесу, а також і самим туристам. У зв'язку з цим створюються туристичні інформаційні системи, які відкривають безмежні можливості для взаємодії та

ведення бізнесу в режимі реального часу. Так, останнім часом компанії-розробники програмного забезпечення для турфірм "Алеан", "Арімсофт", "Мегатек", "Туризм.ру", "UTS Group" зосередили свої зусилля на створенні єдиного стандарту і формату обміну та передачі даних між різними турпідприємствами. В Україні теж створено автоматизований інформаційно-рекламний центр "*Українська туристична інформаційна система*", що має вихід в Інтернет. Це - суттєвий крок у напрямку створення українського інформаційного туристичного простору та його інтеграції у світовий інформаційний туристичний простір.

Програмне забезпечення таких систем дозволяє туроператорам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформаційному полі туристичної системи та оперативно управляти ними: виставляти нові пропозиції, змінювати ціну, призупиняти продажі. Турагентства мають можливість доступу до достовірної та актуальної інформації по турах, максимально швидко запропонувати клієнтам декілька варіантів турів на його запит, знайти найкращу для клієнта цінову пропозицію, швидко забронювати тур та отримати підтвердження, оформити туристу необхідні документи та налагодити з туроператорами зручний зв'язок з мінімальними витратами часу та грошей. Туристи теж можуть скористатися інформаційними ресурсами даних систем: отримати описову та картографічну інформацію по курортам та пам'яткам багатьох країн, переглянути фото та відео ролики, отримати зображення та опис потрібного готелю тощо [4].

Однією з таких інформаційних систем є туристична система ТУРИ.ру (www.profi.tury.ru), яка, окрім вищеперерахованих переваг, дає турагентам можливість раціонально організувати роботу із заявками туристів, отримувати інформацію про зміни, нововведення та події на туристичному ринку, вибрати для роботи надійного оператора, уникнути неприємностей з боку "туристів", що спеціалізуються на шахрайстві в туристичній сфері, розмістити рекламні матеріали тощо.

Професійна версія туристичної інформаційної системи використовує програмне забезпечення "Офіс он-лайн", пошукову систему, систему бронювання. Для підключення до професійної версії такої системи (послуги, як правило, платні) необхідно лише мати в офісі комп'ютер та доступ в Інтернет.

Висновки. Туристичний бізнес остаточно переходить на технологічні методи роботи: так як автоматизація дозволяє значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед турфірмою, економити грошові кошти, підвищити ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на ринку послуг в наш час. Тому дані процеси є вкрай актуальними для українського туристичного бізнесу. Використання мережі Інтернет, Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку послуг в найближчий час.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Виноградська А. Інтернет у системі маркетингових комунікацій туристичних фірм // Маркетинг і реклама. - 2000. - № 7-8. - С.51-56.
2. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навч. посібник / Федерація профспілок України; Інститут туризму. - К., 2002. - 196с.
3. Мельниченко С. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія. - К.: Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2008. - 493с.
4. Скопєнь М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Кондор, 2005. - 308с.
5. Хлопак С.В. Управління туристичною галуззю: стан та перспективи // Регіональні перспективи. - 2011. - № 2-3. - С.345-346.

АННОТАЦИЯ

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СФЕРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИЗМЕ

Тема исследования обусловлена необходимостью оценки вопросов информационного обеспечения сферы предпринимательства в туризме. Актуальным заданием является очерчивание роли информации на современном этапе, раскрытие основных аспектов информационного обеспечения, назначения информационных потоков в туризме, разработка теоретико-методологических принципов относительно формирования информационного обеспечения предпринимательства в сфере туристической деятельности.

Целью статьи является оценка современных подходов к информационному обеспечению сферы предпринимательства в туризме. Выходя из поставленной цели определяются такие задания: оценить квалификацию информации за разными направлениями; роль информации как главной составной сферы управления; главных аспектов в изучении информации; проанализировать назначение информационных потоков; репрезентативности информации; оценить внешнюю и внутреннюю информацию; основные требования к информационному обеспечению; создание новых информационных технологий; эффективное управление информационными потоками в туризме; оценить программное обеспечение для предприятий туристической сферы.

В качестве теоретико-методологической основы исследования выступают положение учений относительно формирования информационного обеспечения сферы предпринимательства в туризме, научные труды ученых в сфере данного исследования. В процессе исследования использованы общенаучные методы познания: метод теоретического обобщения, системного анализа и синтеза, прогнозно-аналитический, структурный метод и другой. Информационной базой исследования являются монографии и научные публикации зарубежных и отечественных ученых; информация сети Интернет; результаты собственных исследований.

На основе комплексного исследования акцентируется внимание на квалификационных признаках выделения информационного обеспечения; главных аспектах в изучении информации. Проанализирована информация в туризме за разными направлениями; роль информационных потоков и их назначения в сфере туристической деятельности; основных требований к информационному обеспечению и их эффективного управления в туризме.

Научная новизна. Заключается в том, что на основе обобщения разноплановых материалов дается оценка процессам информационного обеспечения в туризме, их эффективному использованию.

Практическая значимость. Заключается в том, что проанализировано назначение информационных потоков в сфере туристической деятельности, оценены они программное обеспечение для предприятий сферы туризма.

Ключевые слова: информация, информационный поток, оптимальная организация информационных потоков, репрезентативность информации; внешняя информация, внутренняя информация, информационное обеспечение, информационная система, входные информационные потоки, исходные информационные потоки; эффективное управление информационными потоками, автоматизирована информационная система, программное обеспечение информационных систем.

SUMMARY

INFORMATIONAL PROVISION OF THE SPHERE OF ENTERPRISE IS IN TOURISM

Topicality. The topic of the article is preconditioned by the necessity of evaluation of the issues of informational provision of the sphere of enterprise in tourism. To outline the role of information at present, to disclose the main aspects of informational provision, the reference of informational streams in tourism, the development of theoretical and methodological backgrounds concerning the formation of informational provision of entrepreneurship in touristic sphere of activity are the pressing issues.

Aim. The aim of the article is an estimation of modern approaches to informational provision of the sphere of enterprise in tourism. Based on this aim the following objectives have been raised: to evaluate the qualification of information according to different streams, the role of information as the main component of managerial sphere, the main aspects in studying the information; to analyse the reference of informational streams; the representativeness of information; to evaluate the internal and external information; the basic requirements to the informational provision; the creation of new informational technologies; the effective management of informational streams in tourism; to estimate the software for the tourist sphere enterprises.

Methodology. The theoretical and methodological backgrounds for investigation are the concepts concerning the formation of informational provision of the sphere of entrepreneurship in tourism, scientific investigations in the field of this sphere of research. The following general scientific methods of cognition have been used during the process of investigation: method of theoretical generalization, the systemic analysis and synthesis, predictive – analytics.

structural method, etc. The informational bases of investigation are monographs and scientific publications of foreign and national scientists; information from the Web; results of own investigations.

Results. On the basis of complex investigation the attention is emphasized on the qualification features of the informational provision pointing out, the main aspects in studying the information. The information in tourism: according to different directions, the role of informational streams and their reference in the sphere of touristic activity: the main requirements to informational provision and its effective management in tourism have been analyzed.

Scientific novelty. It lies in the fact, that on the basis of generalization of multi-faceted materials the estimation of the processes of informational provision in tourism, as well as their effective usage has been given.

The practical significance. It lies in that the reference of informational streams reference in the sphere of touristic activity has been analyzed, as well as their software for the tourist sphere enterprises has been estimated.

Keywords: information, informational streams, optimal organization of informational streams, the representativeness of information, external information, internal information, informational provision, informational system, input informational streams, initial informative streams; effective management of informational streams, the automated informational system, software for the informational systems.

УДК 336.74: 336.717

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОБМЕЖЕННЯ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ЯК ПРИКЛАД УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТІВКОВОГО ОБІГУ В УКРАЇНІ

ІГНАТИШИН М. В., КОВАЛЬЧУК І.Є.

Мукачівський державний університет

Метою даної роботи є аналіз міжнародної практики регулювання готівкового обігу та аналіз обмежень готівкових розрахунків в Україні.

Аналізуючи готівковий обіг у країнах Східної Європи та його обмеження, можна констатувати, що Польща – одна з небагатьох країн ЄС, що демонструє стійке скорочення обсягів готівкових розрахунків грошовому агрегаті М1. Під паливом постійного контролю та регулюючих важелів на кінець 2010 р. Польща зайняла одне з провідних місць у Східній Європі за рівнем безготівкових розрахунків та помітно наблизилася до середньоєвропейського показника частки готівки у грошовій масі за М1.

Готівковий обіг в Україні займає важливе місце у фінансовій системі держави, проте він є найбільш капіталоемним і трудомістким видом банківської діяльності і складовою частиною загального грошового обігу країни. На сьогодні близько третини грошової маси в Україні припадає на готівковий обіг, причому майже місце тенденція його зростання.

Перехід грошей з безготівкового обігу в готівковий – результат жорсткої фінансової політики, яка призводить до розширення ухилень від сплати податків. Окрім того, скорочення безготівкового обігу свідчить про зниження здатності держави впливати на реальні господарські процеси. З огляду на зазначене відповідні аналітики потребують готівкові обмеження в Україні та вивчення зарубіжного досвіду з даного питання.

Результатом нашого дослідження стала розробка критеріїв впливу на високу частку готівки в загальному грошовому обігу, які пояснюють збільшення попиту на готівку і можуть бути використані для подальшого удосконалення інституту поточного фінансового контролю готівкових розрахункових операцій.

Дана тематика має перспективу розвідок у плані дослідження динаміки нарахувань штрафних санкцій за порушення обмежень готівкового обігу юридичними та фізичними особами.

Ключові слова: готівковий грошовий обіг, готівкові обмеження, грошовий потік, міжнародна практика регулювання.

Постановка проблеми. У сучасній світовій практиці основа організації та регулювання готівкового грошового обігу базується на єдиних принципах, які ґрунтуються на винятковій ролі центральних банків та реалізації через національне законодавство цілей і завдань політики держави у сферу грошового обігу.

Об'єкти та методи дослідження. Вагомий внесок у дослідження готівкового грошового обігу протягом останніх років зробили такі вчені, як Бублик Є.О.[2], Дашенко О.В.[3], Міщенко С.В.[4] та ін. Зважаючи на значну кількість публікацій з даної тематики необхідно виділити, що питання регулювання грошового обігу є завжди актуальне і потребує поглибленої аналітики шляхом порівняння його із зарубіжним досвідом.

Метою даної роботи є аналітика обмежень готівкових розрахунків в Україні та міжнародної практики регулювання готівкового обігу.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>