

відповідно до потреб організації, вимог діючого законодавства та стану ринку праці. Механізмом реалізації кадрової політики є система планів, норм і нормативів, організаційних, адміністративних та соціальних заходів, спрямованих на вирішення кадрових проблем і задоволення потреб організації в персоналі.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом: Навч. посіб. К.: ВД «Професіонал», 2006. 512 с.
2. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади. Навч. посіб. К.: ВД «Професіонал», 2006. 576 с.
3. Лаврук В.В., Лаврук О.С. Управління організаційно-інформаційним забезпеченням розвитку кадрового потенціалу аграрних підприємств. Збірник наукових праць ПДАТУ. Вип. 17. 2009. С. 158-164.
4. Лаврук О.С. Кадрове планування в системі управління персоналом. *ECONOMIC AND LAW PARADIGM OF MODERN SOCIETY*, 2016. №1. С. 118-123.
5. Федоренко В.Г. Основи менеджменту. К.: Алерта, 2007. 420 с.
6. Федулова Л.І. Менеджмент організацій. К.: Либідь, 2004. 448 с.

Голуб Богдан
Студент 4 курсу спеціальності «Туризм»,
Науковий керівник: **Марусей Т. В.**,
к.е.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільський національний
університет імені Івана Огієнка,
м. Кам'янець-Подільський

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ СУБ'ЄКТАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток науки про управління та інформатизація суспільства, масові комунікаційні процеси та інтенсифікація зв'язків між людьми шляхом

створення локальних, регіональних і глобальних комп'ютерних мереж, завоювання лідируючих позицій сферою послуг і виробництва інформації – це риси цивілізованого розвитку більшості країн. Сьогодні одним із факторів підвищення ефективності технологічних процесів розробки та реалізації туристичного продукту є застосування сучасних інформаційних технологій (далі – ІТ) в управлінській діяльності більшості туристичних підприємств.

Підприємства, які своєчасно усвідомили роль інформаційних ресурсів і переваги інформаційних технологій в організації та веденні туристичного бізнесу, які стали використовувати їх в управлінні, не тільки оптимізували виробництво та реалізацію своїх продуктів, а й забезпечили конкурентні переваги, що дозволило їм вижити в умовах кризи. Впровадження ІТ у діяльність туристичних підприємств докорінним чином змінило процедуру формування, просування та реалізації туристичних послуг.

Поява національних і міжнародних систем бронювання, комп'ютерних мереж та Інтернету, електронних баз даних, систем взаєморозрахунків та інших сучасних досягнень у сфері ІТ сприяла значному збільшенню обсягів наданих туристичних послуг, поліпшенню їх якості, зниженню собівартості, скороченню затрат туристів на пошук і придбання необхідного пакету послуг[1].

Управління суб'єктами туристичної діяльності передбачає здійснення певної сукупності дій, які полягають у виробленні управлінського рішення та доведенні цього рішення до виконавців із подальшим виявленням результатів його виконання. Останнім часом діяльність менеджерів орієнтована на використання новітніх інформаційних технологій, оскільки організація та реалізація управлінських функцій вимагають радикальних змін як самих технологій управління, так і технічних засобів обробки інформації.

Вітчизняні науковці класифікують автоматизовані інформаційні системи за типом підтримки, яку вони забезпечують підприємству. У результаті всі системи поділяють таким чином: системи першого класу –

обробляють інформацію, що генерується та використовується в ділових операціях:

- системи оброблення операцій, які можуть проводитись способами пакетного оброблення даних або в режимі реального часу;

- автоматизовані системи управління технологічними процесами;

- системи співробітництва на підприємстві, використовують комп'ютерні мережі для забезпечення координації, зв'язку та співробітництва між відділами, робочими групами, спеціалістами, що беруть участь у процесі. Співробітництво здійснюється за допомогою різноманітних мережевих ресурсів таких,

як електронна та голосова пошта; аудіо-, відеоконференції; програмні засоби управління; системи автоматизації документообороту та ін.;

системи другого класу – надають допомогу менеджерам у прийнятті рішень:

- інформаційні менеджерські системи – системи забезпечення менеджменту, що виробляють заздалегідь визначені звіти, надають дані та відображають результати вжитих заходів періодично або за запитом;

- системи підтримки прийняття рішень – використовують моделі прийняття рішень, базу даних і особисті міркування в кожному конкретному випадку для здійснення аналітичного процесу прийняття певного рішення;

- управлінські інформаційні системи – це системи з додатковими можливостями для управління, зокрема такими, як аналіз даних, використання засобів підтримки прийняття рішень, інструментарію підвищення особистої продуктивності[2].

Останнім часом суттєво зростає значення ІТ у забезпеченні успіху туристичних підприємств. На практиці можна виокремити декілька зацікавлених груп, від яких залежить прийняття рішення у сфері ІТ: вище керівництво, яке повинно управляти інформаційними технологіями як стратегічним потенціалом підприємства; спеціалісти, які здійснюють пошук системних рішень для оптимізації спеціальних функціональних завдань;

менеджери продуктивних підрозділів (менеджери з напрямів), які використовують ІТ для здійснення виробничих завдань; менеджери функціональних підрозділів (бухгалтерії, фінансового відділу та ін.); постачальники ІТ, які повинні пропонувати послуги відповідно до проблемних установок своїх замовників; власний інформаційно-технологічний підрозділ (якщо він передбачений організаційною структурою підприємства)[3].

Системи початкового рівня широко розповсюджені на невеликих підприємствах і характеризуються тим, що охоплюють обмежене коло бізнес-процесів підприємства. Програмні продукти цього класу можуть значно відрізнятися один від одного за цільовим призначенням. Наприклад, автоматизація трудомістких дій менеджера туристичної фірми таких, як обробка великих масивів інформації для формування сезонних цін туристичного пакету та завантаження рейсів.

При цьому програми, які існують на інформаційному ринку, дають можливість синхронізувати зміни сезонів у готелях і дати виїздів (вильотів) транспортних засобів, собівартість усіх видів послуг туристичного пакету (які можуть нараховуватись з розрахунку "за день", "за добу" або "разові"), урахувати усі знижки до послуг і всі надбавки до пакету цих послуг тощо. Тобто програми автоматизують розрахунок пакетних цін і формують чотири види прайс-звітів, найбільш зручні для певних технологічних операцій. Таким чином, туристичне підприємство може автоматизувати тільки окремі найбільш складні операції.

Системи середнього рівня передбачають впровадження програмних продуктів із ширшими можливостями ніж системи початкового рівня. На практиці застосовуються програмні продукти для автоматизації широкого кола потреб підприємства. До них належать підсистеми: бухгалтерського обліку, управління виробництвом, планування, маркетингу та ін. Не дивлячись на здатність таких систем вести облік практично за всіма напрямками діяльності підприємства, деякі підсистеми реалізовані в досить

обмеженому вигляді. Крім того, як свідчать результати досліджень, суб'єкти туристичної сфери дуже часто використовують для автоматизації зазначених підсистем програмні продукти різних компаній, що вимагає додаткових затрат часу і коштів на забезпечення можливості їх взаємодії.

Системи вищого класу забезпечують планування та управління всіма ресурсами підприємства, що, як правило, вимагає певної реорганізації його діяльності. Незалежно від специфіки діяльності турагенту і туроператору необхідна автоматизація таких операцій, як: облік заявок клієнтів у базі даних, можливість друкування всього пакету документів, які видаються клієнтам і відправляються партнерам; для туроператора: облік і контроль квот, завантаження рейсів, друкування прайсів, он-лайн бронювання, зв'язки з турагентським софтом, зв'язок із бухгалтерською програмою. Програмні комплекси, які застосовуються в діяльності туристичних підприємств повинні максимально автоматизувати всі процеси та ліквідувати невиробничі витрати.

Різноманітність програмних продуктів можна умовно розподілити на туроператорські, турагентські, універсальні, для інших суб'єктів туристичної діяльності. Найбільш розповсюдженими програмними продуктами серед вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності є: "TurWin MultiPro", "Само-Тур", "Само-турагент", "Мастер-Тур", "Тур-клієнт", "Тур-менеджер LIGHT", "Парус-Турагентство", "Парус-Готель", "Парус-Ресторан", "BS Integrator", "Epitome Enterprise Solutions", "OPERA Enterprise Solution", "Hotel 3" та ін. Наведені системи автоматизації надають змогу організувати управлінські процеси й умови операційної діяльності на підприємстві шляхом об'єднання існуючих операцій та окремих пакетів прикладних програм у єдиний інтегрований процес[4].

У діяльності будь-якого підприємства можна виокремити п'ять груп функціональних процесів, які виступають об'єктом управління з боку менеджменту: виробництво, маркетинг, фінанси, кадри, облік і аналіз господарської діяльності (екаунтинг). Застосування ІТ при здійсненні цих процесів забезпечить якісне управління підприємством. Підприємства

можуть автоматизувати як окремі функціональні процеси, так і діяльність підприємства в цілому.

Таким чином, інформаційні технології повинні задовольняти потреби всіх категорій споживачів, які бажають отримати туристичну послугу, а держава – підтримувати і сприяти розвитку як традиційних туристичних підприємств, що орієнтуються на клієнтів, які надають переваги особистому спілкуванню під час придбання послуги, так і віртуальних фірм, які можуть задовольнити потреби клієнтів, що надають переваги Інтернет-технологіям.

Список використаних джерел

1. Інформаційні системи і технології в економіці / під ред. В. С. Пономаренка. — К. : Вид. центр "Академія", 2002. — 542 с
2. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей / Г. І. Михайліченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. — 156 с.
3. Плотникова Н. И. Комплексная автоматизация туристического бизнеса. Ч. 1 / Н. И. Плотникова. — М. : Советский спорт, 2000. — 318 с.
4. Татина О. Системы управления персоналом // Computerworld. — 2000. — № 18.

Грей Юрій,
аспірант спеціальності 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: **Чикуркова А.Д.,**
д.е.н., професор, завідувач кафедри
менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ

Результативність мотиваційного механізму буде досягатися лише в тих підприємствах, де підтримуватиметься баланс інтересів між цілями персоналу та керівництва. Узгодженість інтересів цих груп, їх злагоджена взаємодія сприяє досягненню ефекту синергії, коли сумарний ефект від