

2. Лаврук О.С. Формування системи інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві. Актуальні проблеми аграрної економіки: теорія, практика, стратегія: збірник тез міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2017. С. 186-189.

3. Лозікова Г.М. Техніка адміністративної діяльності Конспект лекцій для студентів спеціальності «Адміністративний менеджмент». Частина 1 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://ipo.donnuet.dn.ua/images/stories/Distant/magistr/tehnika-admin-diyalnosti.pdf>

4. Мельник А.Ф., Васіна А.Ю., Кривокульська Н.М. Менеджмент державних установ і організацій : навч. посіб. К. : ВД «Професіонал», 2006. 464 с.

5. Черкасов В.В., Платонов С.В., Третьак В.Й. Управленческая деятельность менеджера. Основы менеджмента. К. : Ваклер; Атлант, 2008. 470 с.

Дубінський Валентин,
Здобувач вищої освіти 2 курсу ОС Магістр
спеціальності 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: **Лаврук О.С.,**
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ КОЛЕКТИВУ

Актуальність дослідження соціально-психологічного клімату визначається збільшеними вимогами до рівня психологічного сприйняття працівником його трудової діяльності, ускладненням психічного

навантаження з одного боку і прагненням психологічного комфорту на робочому місці з іншого. Сьогодні діагностика та формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі перетворюється під впливом інтелектуалізації капіталу підприємства на найважливішу умову його функціонування та розвитку.

Соціально-психологічний клімат є показником рівня соціального розвитку колективу та його психологічних резервів, що забезпечують цілковиту реалізацію його творчого потенціалу. Від якості соціально-психологічного клімату окремого трудового колективу багато в чому залежить і загальна соціально-політична, ідеологічна атмосфера суспільства, країни в цілому [4]. Підвищення значущості соціально-психологічного клімату визначається тим, що він здатний виступати як чинник ефективності соціально-психологічних явищ і процесів колективу, служити індикатором як їх стану, так і їх зміни. Соціально-психологічний клімат колективу є також багатовимірною характеристикою психологічного залучення працівника в діяльність, психологічної ефективності цієї діяльності, а також рівня психічного потенціалу особистості та колективу, масштабу й глибини бар'єрів, що лежать на шляху реалізації психологічних резервів колективу [3, с. 532].

Специфіка дії соціально-психологічного клімату полягає у тому, що він є не об'єктом управління, а об'єктом впливу. І тому соціально-психічні стани всіх членів колективу будуть неоднозначними, тільки якщо відносини, що склалися в колективі, виступають як об'єктивні умови трудової взаємодії і спілкування, супроводжуються певним стилем поведінки персоналу, соціально-психологічний клімат сприятливо впливає на колектив. Емоції одного члена групи певним чином впливають на поведінку інших членів, активізуючи їх зусилля на досягнення цілей діяльності організації [5]. Тому управління емоціями в колективі є важливим ресурсом формування позитивного соціально-психологічного клімату і розвитку інтелектуального капіталу [2,с.205].

Функції емоцій у міжособистісному спілкуванні людей, без яких не існує виробнича організація, визначив В. Бойко, ототожнюючи емоції з психічною енергією: «Вони є атрибутом таких усталених властивостей людини, як характер, переконання, потреби, моральні якості, які впливають на взаємодію з іншими людьми; вони керують поведінкою (нестандартними вчинками) людини; вони виходять за межі фізичного тіла людини, досягаючи фізичного тіла іншої людини; вони впливають на емоційний стан і поведінку іншої людини» [1, с. 17].

Необхідно звернути увагу на висновки вчених, які вважають, що емоційні ресурси формують підвищену інноваційність організацій. «Розгляд емоційної реакції як ключового елемента оточення, безсумнівно, необхідний для пояснення більшої інноваційності деяких організацій або однієї частини підприємства у порівнянні з іншими.

Зміна ролі людини, зростання впливу її пізнавальної, соціальної, духовної сутності на забезпечення життєдіяльності організації сприяли виділенню нових різновидів рідкісних унікальних благ, що забезпечують надійність існування їхнього власника, в складі яких емоції починають посідати гідне, якщо не головне місце. Емоційну складову інтелектуального капіталу виробничої організації доцільно сприймати як передумову посилення роботи інтуїції та інтенсифікації колективної творчої праці персоналу виробничої організації. Саме посилення ролі творчості у забезпеченні життєдіяльності виробничої організації обумовило появу поняття «емоційний менеджмент», яке вже широко вживається науковцями.

У процесі формування емоційних ресурсів керівнику необхідно змінити об'єкт посиленої уваги (табл. 1).

**Перелік компетенцій менеджера в процесі формування емоційної
складової інтелектуального капіталу**

Компетенції	Об'єкт посиленої уваги менеджера	
	Традиційні	Додаткові
Забезпечення якісних критеріїв функціонування	Стабільність	Зміни
Використання переважної форми активності персоналу	Діяльність	Поведінка
Орієнтація на характер трудових операцій	Стандартизовані	Унікальні
Розробка стратегічних прогнозів	З минулого у майбутнє	З майбутнього у сьогодення
Забезпечення моделей відтворення капіталу	Цикл	Спіраль
Використання джерел знань	Логіка	Інтуїція
Орієнтація на роль керівника	Адміністратор	Лідер
Орієнтація на джерело трудової активності підлеглих	Розум	Почуття

Для того, щоб опанувати необхідні технології для впорядкування емоційного насичення трудових операцій, керівнику колективу необхідно: навчитися усвідомлювати, як його власні почуття та манера інтерпретації подій заважають сприймати адекватно людей певних типів і обирати оптимальні шляхи керування цими людьми; розвивати самоконтроль для того, щоб мінімізувати негативний вплив власних емоцій на управлінську діяльність; розвивати здатність доносити свої слова до підлеглих, не виявляючи знервованості або злості; усвідомлювати свої сильні та слабкі сторони й вживати заходи, які дозволять компенсувати нестачу досвіду управління емоціями; розвивати здатність вислуховувати інших людей.

Розвинений емоційний інтелект керівника перетворюється на превентивний засіб, вакцину проти «токсичних» стосунків у колективі. Він дозволить визначити, звідки виходить небезпека ще до того, як вона перетвориться на серйозну проблему, і допоможе вжити необхідних захисних заходів. Знання та навички в сфері формування власних емоційних ресурсів забезпечать йому ефективне розв'язання нагальних проблем управління творчими підлеглими (табл. 2).

Розвиток функцій керівника через використання емоційних ресурсів

Функції керівника	Джерело посилення результативності функцій керівника
Забезпечення прийняття колективних рішень	Розуміння впливу динаміки взаємовідносин у колективі на прийняття рішень і трудовий процес
Виявлення резервів результативної поведінки	Розуміння особливих причин нестандартних вчинків різних підлеглих
Розв'язання конфліктів	Здатність діагностування виробничих і невиробничих конфліктів, уміння їх використовувати для визначення нових способів вирішення критичних ситуацій
Створення робочих команд	Розуміння сильних і слабких сторін працівників, делегування їм ролей, які відповідають закладеним у них природою здібностям. Посилення творчого потенціалу команд сполученням різних навичок і стилів сприйняття критичних ситуацій
Передача повноважень і контроль	Забезпечення емоційної підтримки, надання ресурсів, необхідних для досягнення успіху підлеглих, їх впевненості в собі
Розвиток каналів комунікацій	Здатність не тільки «слухати», а й «чути» інших людей, сприймати конкретніше зміст їх повідомлень

Емоції перетворюються на важливий ресурс забезпечення надійності роботи виробничої організації в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища.

Розуміння почуттів та емоцій співробітників організації, клієнтів і ділових партнерів істотно підвищує імовірність ухвалення правильних рішень і вибору правильних стратегій. Компетентне управління ними сприяє формуванню та розвитку емоційної складової капіталу організації, яка забезпечує ефективність використання праці творчих працівників. Емоційний капітал виробничої організації доцільно сприймати як консолідовану здатність її персоналу відчувати, розуміти і трансформувати емоції у джерело позитивної енергії.

Таким чином, дослідження емоційного капіталу організації забезпечує визначення резервів зняття емоційно-психологічної напруги в колективі, способів підтримки високої продуктивності творчих працівників, інтенсифікації інформаційного забезпечення ухвалення ними обґрунтованих рішень.

Список використаних джерел:

1. Бойко В. В. Энергия эмоций / В. В. Бойко. – 2-е изд., перераб. и доп.

– СПб. : ООО «Питер-Принт», 2003. – 473 с.

2. Лаврук О.С., Ковальчук В.Г. Управління емоційним станом і згуртованістю колективу. Збірник наукових праць ПДАТУ. Вип. 22. Кам'янець-Подільський, 2014. С. 201-205.

3. Лубит Рой Х. «Токсичные менеджеры» и прочие трудные люди □пер. с англ. В. А. Сомило□. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. 392 с.

4. Магура М. И. Современные персонал-технологии / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2001. – 376 с.

5. Менеджмент: Век XX – век XXI : сборник статей / [под ред. О. С. Виханского, А. И. Наумова ; сост. А. И. Петровская]. – М. :Экономистъ, 2004. – 336 с.

Дяконюк Марта
студентка 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

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туристична галузь насичена інформацією і для забезпечення якісного рівня управління необхідно використовувати сучасні інформаційні технології, які відіграють ключову роль поряд із фінансовими, матеріальними і трудовими ресурсами. Використання сучасних інформаційних технологій в туристичній галузі передбачає оптимізацію поведінки суб'єктів туристичного ринку і забезпечення досягнення їхніх цілей. Методи отримання і обробки даних дають змогу підвищити ефективність аналізу, створюють можливість