

– 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

враховувати різноманітні фактори впливу і обмеження, забезпечувати прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності.

Ефективний розвиток туризму залежить від упровадження сучасних інформаційних технологій. Це стосується як автоматизації роботи туристичних фірм, готелів, робочих місць персоналу, так і програмного забезпечення для планування стратегій та підтримки прийняття рішень в туристичній галузі. У статті зосереджено увагу на наявних програмних засобах, що використовуються в туризмі, а також нерозв'язаних задачах і перспективах використання інформаційних систем туристичного бізнесу[1].

Сьогодні в туристичній галузі існує суперечність: з одного боку, достатньо розроблений математичний апарат моделювання процесів туристичної галузі, що допомагає науково обґрунтовано приймати рішення; з іншого боку – рішення в туристичній галузі приймають на якісному рівні. Вирішення цього протиріччя вимагає розв'язання важливої науково-прикладної задачі, яка полягає у створенні спеціалізованих інформаційних систем, на основі яких менеджер, інвестор, владні інститути зможуть приймати обґрунтовані рішення щодо вибору місця забудови, розміщення елементів туристичної інфраструктури, стратегію розвитку туристично-рекреаційних систем, що зумовило актуальність дослідження[1].

Туристична діяльність характеризується значною інформаційною насиченістю. Інформація в туристичній сфері відіграє важливу роль. Це пов'язано з тим, що дуже часто туристи замовляють послуги наперед на основі відгуків інших споживачів туристичного продукту. Саме тому формування відповідного інформаційного забезпечення туристичної діяльності є необхідним інструментом для покращення якості надання туристичних послуг. За допомогою інформаційних потоків можна забезпечити безперервне надання послуг, тобто налагодити двосторонній зв'язок між фірмою-виробником та споживачем туристичної послуги.

Тому сьогодні важливо проаналізувати особливості створення туристичних ресурсів з огляду на потреби туристів, враховуючи попередній

вітчизняний та міжнародний досвід. Основним джерелом інформації, за допомогою якої можна формувати відповідний туристичний продукт, є відкриті веб-ресурси. До прикладу, для формування оптимальних туристичних маршрутів використовують доступні в Інтернеті відомості про туристичні об'єкти, супутні туристичні послуги, природні умови тощо. Для організації процесу надання туристичних послуг необхідно передусім привести інформацію до однорідного вигляду для розв'язання проблеми формування якісного інформаційного забезпечення.

Класифікація розділів, що документуються в туризмі. Для формування туристичної документації, яка би повною мірою задовольняла потреби споживача туристичного продукту, необхідно врахувати його потреби та вимоги, тобто вагомою є обробка запитів з урахуванням інтересу споживача. Якщо допустити такий варіант, що взаємодія між фірмою та споживачем здійснюється онлайн, що нині дуже популярно, то інтерес такого віртуального споживача можна визначити на основі аналізу таких елементів:

- відгуки на тематичних форумах;
- здійснення запитів пошуку;
- анкетні дані;
- скарги та пропозиції на туристичних сайтах фірм.

Якщо взаємодія між фірмою та споживачем здійснюється в режимі офлайн, то його інтерес можна визначити, проаналізувавши:

- анкетні дані;
- запитання про екскурсії;
- запитання про сувенірну продукцію;
- побажання щодо подання інформації;
- відгуки, скарги та пропозиції в усній чи письмовій формі.

Під час формування документації потрібно передусім розглянути основні сфери документування з погляду туриста. Це допоможе виділити основні тематичні напрями вилучення інформації і надалі дозволить

систематизувати основні правила аналізу даних – як структурованих, так і неструктурованих[2].

Для туриста важливо отримати повну інформацію про майбутню поїздку. З цього погляду мають бути задокументовані основні напрями зацікавлення споживача туристичного продукту. Необхідно визначити належність документів до туристичної сфери і систематизувати їх за розділами. Це допоможе здійснити оперативний пошук потрібних документів, збереження їх та формування відповідної туристичної документації. Велика кількість тематичних напрямів, важливих для споживача туристичного продукту, спонукає до використання методу інтеграції джерел туристичної інформації та створення єдиного туристичного ресурсу.

Отже, туристична діяльність характеризується широкою інформаційною базою. Інформаційне забезпечення потрібно формувати, враховуючи особливості надання туристичних послуг, передусім часові характеристики. Оптимальним способом інтеграції туристичної інформації є консолідація, яка дає змогу формувати однорідний інформаційний ресурс незалежно від структури первинних джерел. Для формування туристичної документації на основі відкритих веб-ресурсів доцільно враховувати напрями зацікавлення споживачів туристичного продукту. На основі запитів туриста, аналізу відгуків про надання туристичної послуги, моніторингу прогалин можна покращити надання послуги, до прикладу, створити оптимальний маршрут для туристів з урахуванням усіх критеріїв. Повна та адекватна інформація про туристичний продукт забезпечить належну якість надання послуг .

Для цього необхідно вибрати джерела інформації, їх проаналізувати та застосувати для формування туристичної документації, використавши відповідні методи та засоби обробки. Якісне інформаційне забезпечення дає можливість забезпечити зв'язок між виробником та споживачем туристичного продукту[3].

Список використаних джерел

1. Інформаційні технології та системи в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі / [М. М. Скопень, М. К. Сукач, О. П. Будя та ін.]. – Київ: Ліра-К, с 474-476.
2. Жежнич П. І. Консолідовані інформаційні ресурси баз даних та знань: навч. посіб. / П.І. Жежнич. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2010. –212 с.
3. Федосова Е.С. Современные системы автоматизации управления в гостинично-ресторанном бизнесе Украины // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 2(6) – С.41–50.

Дяченко Андрій

Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»,

Науковий керівник: **Дема Д.І.**,

к.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів і кредиту

Житомирський національний агроекологічний університет,

м. Житомир

АЛЬТЕРНАТИВНІСТЬ В ОПОДАТКУВАННІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

В процесі реформування колективних та державних сільськогосподарських підприємств майже 7 млн селян отримали в приватну власність землю. Звичайно, перед ними постало питання як її використовувати: працювати самостійно чи передати в оренду. Більшість селян передали землю в оренду іншим виробникам сільськогосподарської продукції. Інші, почали її використовувати в особистих господарствах, а незначна – створила фермерські господарства. На сьогодні в Україні нараховується 30769 фермерських господарств, більшість яких відноситься до суб'єктів малого підприємництва. Це підтверджує тезу, що на сучасному етапі розвитку аграрного сектору економіки фермерство не є основним виробником сільськогосподарської продукції, на відміну від багатьох країн