

## АЛГОРИТМ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. М. ІВАНОВА, кандидат економічних наук  
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

**Анотація.** Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності управління інформаційними потоками туристичних підприємств. **Методика дослідження.** Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, діалектичного підходу. **Результати.** Визначено, що управління інформаційними потоками туристичних підприємств покращує інформаційну насиченість їх господарських процесів та вдосконалює просування підприємств на ринку. Управління інформаційними потоками базується на інформаційних потребах усіх учасників формування і реалізації туристичного продукту. **Практична значущість результатів дослідження.** У статті наведено характерний алгоритм управління інформаційними потоками, який відображає технологічні процеси співпраці туристичних підприємств і характерні особливості інформаційних потоків у туристичній сфері національної економіки. Кожний з етапів є узагальненим заходом, що містить відповідні деталізовані функціональні значення. У статті визначено основні інформаційні бар'єри, які можуть завадити успішному управлінню інформаційними потоками.

**Ключові слова:** інформаційні потоки, управління інформаційними потоками, інформаційні бар'єри, інформаційні потоки туристичних підприємств, туристичні підприємства.

**Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями.** Проблема інформаційного забезпечення туристичних підприємств зумовлює значні зрушення діяльності туристичних підприємств. Функціонування інформаційних потоків робить можливим функціонування і співпрацю туристичних підприємств із приводу формування і реалізації туристичних продуктів. Їх інформаційна природа визначає якість і швидкість обслуговування споживачів. Інформаційна підтримка господарських процесів туристичних підприємств є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг. Однак відсутність систематичного управлінського підходу до функціонування інформаційними потоками впливає на можливість туристичних підприємств задовольняти потреби споживачів у використанні туристичного продукту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі питання щодо інформаційного забезпечення туристичних підприємств досліджувались Н. Апатовою, К. Балабановим, К. Єрроу, С. Кулицьким та іншими науковцями. Значний науковий внесок у вирішення проблеми управління інформаційними потоками на туристичних підприємствах здійснили М. Бойко, С. Мельниченко, О. Спориш, Т. Ткаченко та ін. Незважаючи на такий широкий спектр наукових тематичних надбань, питання щодо цілеспрямованого управління інформаційними потоками туристичних підприємств залишаються невирішеними.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є формування логічного й послідовного алгоритму управління інформаційними потоками туристичних підприємств з урахуванням інформаційного забезпечення та особливостей туристичної сфери й окреслення інформаційних бар'єрів їх нормального функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Роль інформаційних потоків є значною у здійсненні господарських процесів на туристичному підприємстві. Функціонування інформаційних потоків: забезпечує встановлення та регулювання комунікаційних процесів у відносинах із споживачами й партнерами; сприяє раціональному використанню економічних ресурсів, створенню якісного туристичного продукту; забезпечує необхідними даними процес прийняття господарського рішення, яке є центральним елементом управління підприємством.

Функціонування інформаційних потоків має задовольняти потреби всього, у тому числі управлінського, персоналу в інформації на всіх рівнях організаційної структури туристичного підприємства. Належна якість таких потоків впливає на їх здатність оперативної та кваліфіковано реалізовувати власні функції, на формування бази знань на підприємстві.

Управління інформаційними потоками часто розглядається як управлінський елемент у логістиці або воно ототожнюється з функціонуванням програмних продуктів на підприємстві, що не враховує повноцінної ролі таких потоків у забезпеченні здійснення господарської діяльності підприємств. Крім того, управління інформаційними потоками можуть визначати як «направлення впорядкованої кількості інформаційних документів в потрібному на-

прямку» [5], хоча інформація, що передається, не обов'язково може бути задокументованою.

З урахуванням розглянутих підходів до управління інформаційними потоками на різних підприємствах і специфіки інформаційного забезпечення туристичних підприємств, пропонується вважати управління інформаційними потоками діяльністю, що спрямована на організацію, функціонування, раціональне використання інформаційних потоків підприємства, а також здійснення впливу на ці процеси для їх удосконалення за допомогою комплексу заходів, засобів, методів із метою забезпечення його ефективної діяльності [2].

Особливе значення потоків інформації в діяльності туристичних підприємств зумовлюється як інформаційною природою туристичного продукту й організаційним механізмом його створення, так і високим ступенем їх впливу на задоволення потреб і довіру споживачів до підприємства, забезпечення ефективності його діяльності [3].

Управління інформаційними потоками туристичних підприємств має враховувати його особливості та здійснюватися за певними етапами (рис. 1).

Метою управління інформаційними потоками є сприяння ефективній діяльності туристичних підприємств, забезпечення формування ними якісних туристичних продуктів і просування їх на туристичному ринку, а також задоволення інформаційних потреб підприємства та споживачів.

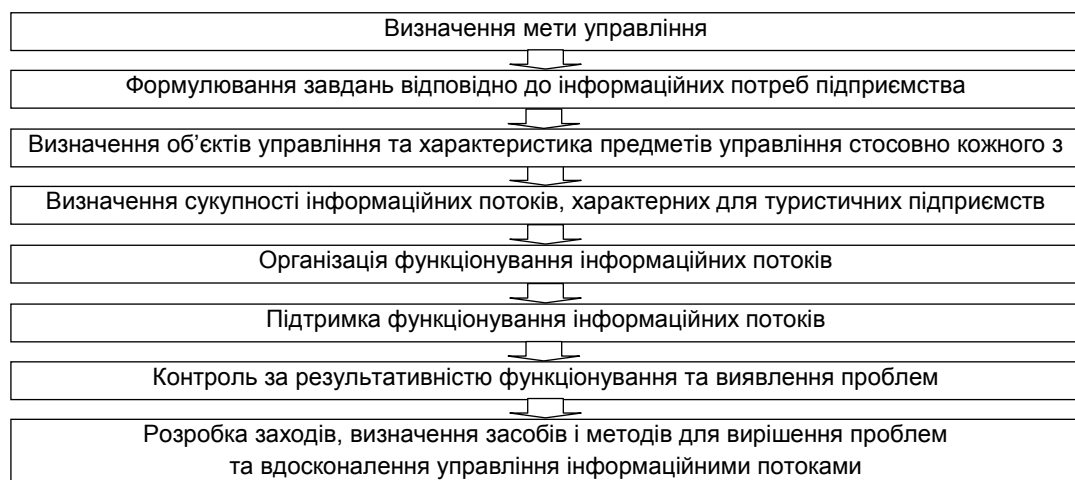


Рис. 1. Етапи управління інформаційними потоками туристичного підприємства

Управління інформаційними потоками вважатиметься успішним за умов своєчасного виявлення інформаційних потреб працівників туристичних підприємств, усіх економічних суб'єктів, що з ним співпрацюють, споживачів, а також визначення шляхів і засобів для їх ефективного задоволення, зокрема, завдяки використанню якісної об'єктивної інформаційної бази, формуванню комплексного механізму функціонування інформаційних потоків підприємства, контролю за їх дублюванням та оперативністю дії, урахуванню особливостей наявних і потенційних інформаційних ресурсів [1].

Управління інформаційними потоками передбачає виконання таких завдань:

- розроблення основи функціонування інформаційних потоків для побудови системи управління, характерної для специфічної діяльності туристичного підприємства;
- забезпечення інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень;
- оптимізація маршрутів руху інформаційних потоків туристичного підприємства;
- забезпечення стійкості внутрішньогосподарських і зовнішніх комунікацій;
- забезпечення зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем;
- регулювання інформаційного просування туристичних продуктів підприємства;
- забезпечення постійного контролю за задоволенням інформаційних потреб працівників, споживачів і партнерів туристичного підприємства;
- забезпечення раціонального використання економічних ресурсів, зокрема, часу;
- сприяння техніко-технологічному розвитку туристичного підприємства.

Об'єктами управління є елементи інформаційного потоку, зокрема, інформація як контент інформаційного потоку, його носії, генератори й отримувачі, комунікаційні канали. Здійснення управлінських процесів стосовно таких елементів інформаційного потоку має бути направлено на їх деталізовані внутрішні характеристики. Так, предметом управління виступають якість і кількість інформації, надійність і вартість носія інформації, рівень

автоматизації і доступність комунікаційних каналів, мотивація і компетенції генераторів і отримувачів інформаційного потоку та інше.

Відбір інформаційних потоків, характерних для туристичних підприємств, зумовлюється контентом туристичного продукту й характером взаємодії туристичного підприємства з партнерами та споживачами.

Організація інформаційних потоків, у тому числі туристичних підприємств, потребує визначення генераторів, отримувачів, змістовної наповненості потоків, їх спрямованості, а також наявності розвинутих комунікаційних зв'язків персоналу, забезпечення інформаційного захисту, урахування роботи підприємства з конфіденційними даними, підвищення інтелектуалізації праці, здатності до постійної оптимізації управління інформацією, забезпечення оперативності оновлення даних, високого рівня культури роботи з інформацією тощо.

Оскільки інформаційні потоки суттєво впливають на результативність діяльності туристичного підприємства, то підтримка функціонування інформаційних потоків і вдосконалення процесу управління ними сприятиме підвищенню рівня її гнучкості й ефективності. Вона передбачає, зокрема, коригування руху інформаційних потоків (зміни основних параметрів руху на найбільш оптимальні), забезпечення змістовного наповнення потоків, використання сучасних засобів комунікації як у межах туристичного підприємства, так і його взаємодії із зовнішнім середовищем.

Контроль за результативністю функціонування інформаційних потоків туристичних підприємств має здійснюватися ними з урахуванням зворотного зв'язку із споживачами, що дозволить повною мірою врахувати їх потреби як для вдосконалення управління інформаційними потоками, так і підприємством у цілому.

Визначальна роль в управлінні інформаційними потоками належить самій інформації, відповідно до сутності якої формується інформаційна технологія, визначаються генератори й отримувачі інформації. Серед проблем і недоліків організації змістовного насичення інформаційних потоків туристичних підпри-

ємств виокремлюють, зокрема, складнощі збору первинної інформації, низьку якість статистичних даних, недостовірність і застарілість інформації, поверховість і недостатнє інформаційне наповнення наукових досліджень. Ці явища негативно впливають на результати господарювання туристичних підприємств, підвищуючи ступінь ризику в їх діяльності та спричиняючи втрати часу, економічних ресурсів і потенційної можливості підприємства щодо розвитку. Існує необхідність постійного відображення реального характеру економічних процесів шляхом регулювання змісту інформаційних потоків.

Управління інформаційними потоками має бути спрямованим на уникнення чи ліквідацію можливих перешкод інформаційного обміну між туристичними підприємствами, виробниками та споживачами туристичних послуг, а саме бар'єрів руху інформаційних потоків, які є перешкодами для механізму функціонування інформаційних потоків, зумовлюють зниження рівня релевантності, оперативності та корисності інформації, ускладнюють її рух на туристичному підприємстві та під час його взаємодії із представниками зовнішнього середовища [4]. Найчастіше виникають такі бар'єри для руху інформаційних потоків у діяльності туристичних підприємств:

- відсутність сайта;
- надмірне інформаційне навантаження керівника;
- відсутність засобів зворотного зв'язку зі споживачами;
- низький рівень автоматизації внутрішніх інформаційних потоків;
- обмежені інформаційні й функціональні можливості сайта та його несистематичне оновлення;
- нерівномірність розподілу інформаційних потоків серед працівників;
- обмеженість реклами.

Наявність розглянутих бар'єрів обумовлює необхідність удосконалення управління інформаційними потоками туристичних підприємств. Такий захід сприятиме зміцненню інформаційної бази туристичного підприєм-

ства й успішному оперативному виконанню своєї місії.

**Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямку.** Отже, необхідність управління інформаційними потоками туристичних підприємств впливає з інформаційної природи туристичного продукту. З урахуванням значення інформаційних потоків для діяльності туристичних підприємств визначено, що управління внутрішніми й зовнішніми інформаційними потоками дозволяє контролювати рух і якісні характеристики потоків інформації для успішного функціонування туристичних підприємств. Із цією метою визначений алгоритм управління інформаційними потоками, щоб уникнути інформаційних бар'єрів їх руху й удосконалити їх використання.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Вагнер І. М. Інформаційне забезпечення стратегічного аналізу транспортного підприємства / І. М. Вагнер // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3 (12). – С. 125–129.
2. Іванова О. М. Особливості управління інформаційними потоками туристичних підприємств / О. М. Іванова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 2 (53). – С. 177–180.
3. Іванова О. М. Роль інформаційних потоків у діяльності туристичних підприємств / О. М. Іванова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 8 (146). – С. 130–133.
4. Мельниченко С. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності / С. Мельниченко // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 2. – С. 131–143.
5. Птіцина Л. А. Основні підходи до управління інформаційними потоками бізнес-діяльності промислових підприємств України: формування єдиного інформаційного забезпечення системи управління промисловим підприємством в складних ринкових умовах / Л. А. Птіцина // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 2. – С. 121–124.

## REFERENCES

1. Vahner I. M. *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy* [Bulletin of Banking University: Collected papers], 2011, no. 3 (12), pp. 125–129.
2. Ivanova O. M. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya «Ekonomichni nauky»* [Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade. A series of «Economic Sciences»]. Poltava, 2012, no. 2 (53), pp. 177–180.
3. Ivanova O. M. *Aktual problem of economics*, 2013, no. 8 (146), pp. 130–133.
4. Melnychenko S. *Visnyk KNTEU* [Bulletin of KNTEU: Collected papers of Kyiv National University of Trade and Economics], 2010, no. 2, pp. 131–143.
5. Ptitsyna L. A. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2010, no. 2, pp. 121–124.

**Е. Н. Иванова**, кандидат экономических наук (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Алгоритм управления информационными потоками туристических предприятий.**

**Аннотация.** Цель статьи заключается в обосновании необходимости управления информационными потоками туристических предприятий. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения, диалектического подхода. **Результаты.** Определено, что управление информационными потоками туристических предприятий улучшает информационную насыщенность их хозяйственных процессов и совершенствует продвижение предприятий на рынке. Управление информационными потоками базируется на информационных потребностях всех участников формирования и реализации туристического продукта. **Практическая значимость результатов исследования.** В статье приведен характерный алгоритм управления информационными потоками, который отражает технологические процессы сотрудничества туристических предприятий и характерные особенности информационных потоков в туристической сфере национальной экономики. Каждый из этапов является обобщенным мероприятием, которое включает соответствующие детализированные функциональные значения. В статье определены основные информационные барьеры, которые могут препятствовать успешному управлению информационными потоками.

**Ключевые слова:** информационные потоки, управление информационными потоками, информационные барьеры, информационные потоки туристических предприятий, туристические предприятия.

**O. Ivanova**, Cand. Econ. Sci. (Poltava University of Economics and Trade). **Algorithm of management of information flows of tourism enterprises.**

**Summary.** The necessity to manage information flows of tourism enterprises is substantiated in the article. **Methodology of research.** The objectives of the article implemented by using the following research methods: analysis and synthesis, systematization and generalization, dialectical approach. **Findings.** It is determined that the management of information flows of tourism enterprises improves the information richness of their business processes and promotion of the enterprises in the market. Information flows management is based on the information needs of all participants of the formation and implementation of the tourism product. **Practical value.** The article shows the typical algorithm of information flows management, which reflects the technological process of cooperation of tourism enterprises and the characteristics of the information flows in the tourism sector of the national economy. Each of the stages is a generalized measure, which includes the corresponding detailed functional value. The basic information barriers that may hinder the successful management of information flows is determined in the article.

**Keywords:** informational flows, management of informational flows, information barriers, information flows of tourism enterprises, tourism enterprises.