

Олена М. Іванова (Полтавський університет
економіки і торгівлі, Україна)

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто сутність категорій «інформаційний потік» і «туристичний продукт». Визначено роль інформаційних потоків у діяльності туристичних підприємств. Уточнено зміст і сутність категорії «інформаційний потік». Запропоновано теоретико-множинну модель і механізм взаємодії інформаційних потоків і економічних ресурсів туристичного підприємства. Обґрунтовано сутність туристичного продукту як інформаційного.

Ключові слова: інформаційний потік, туристичний продукт, туристичне підприємство.
Форм. 2. Рис. 1. Літ. 11.

Елена Н. Иванова (Полтавский университет
экономики и торговли, Украина)

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

В статье рассмотрена сущность категорий «информационный поток» и «туристический продукт». Определена роль информационных потоков в деятельности туристических предприятий. Усовершенствовано содержание и сущность категории «информационный поток». Предложена теоретико-множественная модель и механизм взаимодействия информационных потоков и экономических ресурсов туристического предприятия. Обоснована сущность туристского продукта как информационного.

Ключевые слова: информационный поток, туристический продукт, туристическое предприятие.

Olena M. Ivanova (Poltava University of Economics
and Trade, Ukraine)

ROLE OF INFORMATION FLOWS IN TOURIST ENTERPRISES ACTIVITIES

The article considers the essence of the categories "information flow" and "tourism product". The role of information flows in the activities of tourism enterprises is defined. The essence of the category "information flow" is enhanced and a model along with a mechanism are suggested for the interaction between information flows and economic resources of tourism enterprise. The essence of a tourism product as an information one is grounded.

Keywords: information flow; tourism product; tourism enterprise.

Постановка проблеми. Інформаційна насиченість господарських процесів є важливою і необхідною умовою конкурентоспроможності туристичних підприємств, оскільки вчасно надана і використана інформація сприяє створенню економічно вигідних умов їх функціонування. Забезпечення актуальності, достовірності і корисності інформації, яка надходить з різних джерел, у швидко змінюваних зовнішніх умовах господарювання здійснюються завдяки інформаційним потокам, що актуалізує необхідність їх організації і управління.

Аналіз останніх досліджень й публікацій. Вивченню теоретичних і практичних аспектів інформаційного забезпечення господарських процесів та організації інформаційних потоків на підприємствах різних сфер діяльності

присвячені наукові праці таких вчених, як Н.В. Голячук [1], О.Г. Додонов [2], А.П. Захарченко [3], В.В. Кравчук [4], І.В. Кривов'язюк [5], Ф.А. Кузин [6], С.В. Мельниченко [7], Б.М. Мізюк [8], Г. Руденко [9], М.В. Тарасюк [10], А.С. Татаринцева [11]. Незважаючи на широкий спектр наукових надбань, що стосуються організації й управління інформаційними потоками, їхня сутність залишається теоретично невизначеною, також недостатньо досліджена роль інформаційних потоків у діяльності туристичних підприємств.

Метою дослідження є визначення сутності інформаційних потоків, обґрунтування їхньої значимості у діяльності туристичних підприємств.

Основні результати дослідження. Часто інформаційні потоки розглядають лише як рух інформації, документообіг чи сукупність інформації, напрямів її руху і процесів передачі. Враховуючи думки науковців щодо сутності інформаційного потоку підприємства, категорію «інформаційний потік» можна визначити як засіб внутрішньої і зовнішньої комунікації підприємства, призначений для цілеспрямованого й організованого руху певного обсягу інформації, що здійснюється комунікаційними каналами поширення даних від її генератора до отримувача з метою оперативного і якісного інформаційного забезпечення господарських процесів. Зважаючи на вищезазначену сутність інформаційного потоку, представимо його як теоретико-множинну модель:

$$IP = \langle IF, NI, KIF, GI, PI \rangle, \quad (1)$$

де IF – множина інформації стосовно будь-якого процесу, об'єкта, явища; NI – множина носіїв інформації; KIF – множина комунікаційних (інформаційних) каналів; GI – множина генераторів інформаційних потоків; PI – множина отримувачів інформаційних потоків.

Вид носія інформації обирається залежно від її форми – електронної чи друкованої. Найпоширенішими інформаційними каналами є локальні мережі підприємств, Інтернет, електронна пошта, традиційна пошта, а також міжособистісні контакти між генераторами й отримувачами інформації. Генераторами інформаційних потоків є учасники інформаційного обміну, що ініціюють формування інформаційного потоку з метою задоволення інформаційних потреб отримувачів. Відповідно, отримувачі інформаційного потоку є тією складовою його функціонування, на яку спрямований вплив інформаційних повідомлень.

Для туристичних підприємств характерна значна інформаційна насиченість процесів і результатів діяльності, що пояснюється інформаційною природою туристичного продукту, оскільки споживач у процесі встановлення договірних взаємовідносин із туристичними підприємствами отримує не послуги безпосередньо, а лише інформацію щодо особливостей їх надання. Характер даної інформації відображає результат діяльності туристичного оператора, який концентрує зовнішні вхідні інформаційні потоки щодо послуг від їх виробників.

Нехай A – множина даних про умови надання транспортних послуг, що пропонуються їх виробниками; B – множина даних про умови надання послуг із розміщення туристів; C – множина даних про умови надання послуг підприємствами ресторанного господарства; H – множина даних про умови надання послуг щодо індустрії розваг, а саме $A = \{a_1, a_2, \dots, a_q\}$, $B = \{b_1, b_2, \dots,$

$b_q\}$, $C = \{c_1, c_2, \dots, c_q\}$, $H = \{h_1, h_2, \dots, h_q\}$. Для формування туристичного продукту використовується множина інформації про транспортні послуги A_p , що є підмножиною множини A , тобто $A_p \subset A$; множина інформації про послуги із розміщення туристів $B_z \subset B$; множина інформації про послуги підприємств ресторанного господарства $C_k \subset C$; множина інформації про послуги щодо індустрії розваг $H_e \subset H$, тобто серед інформації про надання множини послуг, запропонованих кожним виробником, туроператор обирає певну частину. Туристичний продукт утворюється внаслідок об'єднання множин даних про умови надання послуг, обраних туроператором для формування туристичного продукту:

$$T = A_p \cup B_z \cup C_k \cup H_e. \tag{2}$$

Отже, туристичним продуктом пропонується вважати множину сформованих інформаційних даних про такі послуги партнерів туристичного оператора, які були попередньо відібрані ним для повноцінного задоволення туристичної потреби споживача. Розуміння цієї сутності туристичного продукту керівництвом туристичних підприємств сприятиме розробці ефективних заходів з управління інформаційними потоками. Оскільки місце реалізації туристичного продукту і місце споживання його складових є географічно і за часом віддаленими, то інформаційні потоки – це важливий інструмент, який пов'язує виробників, посередників, споживачів.

Інформаційні потоки є невід'ємним елементом механізму управління економічними ресурсами. Механізм взаємодії економічних ресурсів та інформаційних потоків, на основі якого здійснюється управління туристичним підприємством, зображено на рис. 1.

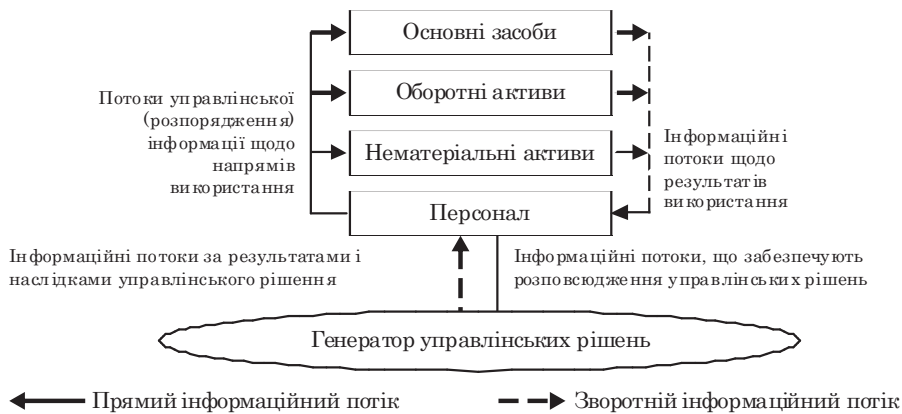


Рис. 1. Механізм взаємодії інформаційних потоків і економічних ресурсів туристичного підприємства, авторська розробка

Інформаційні потоки туристичних підприємств повною мірою використовуються та відіграють ключову роль у формуванні основного продукту діяльності туристичних підприємств – турпродукту, оскільки забезпечують його реалізацію та післяпродажний сервіс, а не лише інформаційний зв'язок між окремими функціональними компонентами інформаційних систем, що

характерно для більшості підприємств. Це зумовлює необхідність дослідження управління інформаційними потоками туристичних підприємств з метою забезпечення ефективності їхньої діяльності.

Висновки. У статті уточнено сутність категорії «інформаційний потік», основні елементи якого представлено у вигляді теоретико-множинної моделі. Оскільки інформаційні потоки туристичних підприємств відіграють суттєву роль у технологічному процесі створення та реалізації туристичного продукту, уточнено зміст категорії «туристичний продукт». Взаємодія економічних ресурсів та інформаційних потоків розглядається як цілісний механізм, що є основою господарювання туристичного підприємства. У подальших дослідженнях варто приділити увагу складовим інформаційних потоків туристичних підприємств.

1. *Голячук Н.В.* Процес інформатизації управління підприємствами // Економічний форум.— 2011.— №1 // archive.nbuv.gov.ua.

2. *Додонов О.Г., Ланде Д.В., Путятин В.Г.* Інформаційні потоки в глобальних комп'ютерних мережах. — К.: Накова думка, 2009. — 295 с.

3. *Захарченко А.П.* Загальні принципи аналізу інформаційних потоків у Інтернеті // Наукові записки Інституту журналістики.— 2010.— Т. 41. — С. 80–85.

4. *Кравчук В.В.* Інноваційний вимір інформаційного забезпечення підприємств // Науково-технічна інформація.— 2010.— №3. — С. 17–23.

5. *Кривов'язюк І.В., Усков О.Р.* Інформаційні потоки в логістиці, їх ціль і роль // Логістика: теорія та практика.— 2011.— №1. — С. 83–95.

6. *Кузин Ф.А.* Как не утонуть в информационных потоках // www.elitarium.ru.

7. *Мельниченко С.В.* Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: Монографія. — К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. — 494 с.

8. *Мізюк Б.М.* Інформаційна природа управління // Економіка та держава.— 2012.— №2. — С. 8–13.

9. *Руденко Г.* Формування інформаційних потоків щодо визначення ефективності логістичної діяльності на машинобудівному підприємстві // Економіка розвитку.— 2009.— №1. — С. 106–108.

10. *Тарасюк М.В.* Організація інформаційних потоків контролінгу в управлінні торговельними мережами // Регіональна економіка.— 2010.— №1. — С. 217–223.

11. *Татаринцева А.С., Олійник О.М.* Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій // Вісник Запорізького національного університету.— 2011.— №1. — С. 148–153.

Стаття надійшла до редакції 9.04.2013.