

процедури скорочення інформаційного простору або експертного оцінювання, визначення порогових значень вибраних індикаторів і здійснення відстежування конкурентоспроможного стану господарської системи за допомогою даних індикаторів.

Організаційно-економічний механізм досягнення конкурентних переваг підприємством припускає використання відповідного інструментарію, що дозволяє за допомогою адміністративних і економічних важелів реалізувати інноваційний потенціал підприємства і забезпечити його конкурентоспроможність та економічний розвиток. Одним з ефективних економічних інструментів виступає моделювання оптимальної виробничої програми підприємства по випуску інноваційної продукції.

Реалізація інноваційного потенціалу підприємства є наслідком ефективного управління процесами виробництва, маркетингу, фінансово-інвестиційними, НДР і інноваційними. Досягнення взаємодії й узгодженості впроваджуваних заходів у кожній з цих сфер повинне бути спрямоване на одержання, збереження і розподіл засобів виробництва, забезпечення пошуку нових видів продукції й послуг, прогресивних перетворень у сфері виробництва, тобто ефективне управління НДР і інноваційною діяльністю. Це стає можливим завдяки застосуванню державного регулювання і інституційному та фінансовому забезпеченню конкурентоспроможності вітчизняного виробника.

Джерела та література

1. Азоев Г.Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2002. – 892 с.
3. Лепа Н.Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк: ООО "Юго-Восток Лтд", 2003. – 296 с.
4. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография. – Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. – 248 с.
5. Чернега О.Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. – 448 с.
6. Полтавская Е.А. Конкуренция и конкурентные преимущества // 3б. наук. праць "Економіка: проблеми теорії та практики". Вип. 141. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – С. 41–44.
7. Грозный И.С., Самофалов Ю.Е., Лепа С.Н. Особенности оперативного реагирования на отклонения в производственном процессе при управлении промышленным предприятием // Экономика промышленности: Сб. науч. тр. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2006. – С. 253–261.

Смирнова Е.А., Колосюк А.А.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО АРХИВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Постановка проблемы

С момента создания и до ликвидации предприятию в процессе своей хозяйственной деятельности приходится решать проблему хранения накопленной информации. Решение данной проблемы можно связать с применением технологий хранения, учета, разграничения доступа, создания новых единиц хранения.

Все документы, проходящие через предприятие, попадают в архив, где подразделяются на дела. Наиболее распространенной формой организации архива на предприятиях Украины является бумажная форма. Основным преимуществом данной формы является её наглядность, отсутствие дополнительного оборудования между пользователем и носителем информации и т. д. К недостаткам данного способа хранения можно отнести: большой физический объем архива, использование бумажных носителей, которым присуще свойство к повреждению, полная или частичная потеря информации, невозможность быстрого поиска и т. д.

Перед пользователями информации возникает проблема организации архива предприятия таким образом, чтобы решить ряд возникших проблем на современном этапе развития общества, а именно:

-информация должна быть доступной,

-доступ к информации должен быть четко разграничен между пользователями, так как неправильное разграничение прав доступа к информации может привести к потере хранимой информации.

Данную проблему можно решить путем внедрения электронного архива на предприятии. К преимуществам данного способа хранения информации можно отнести большую вместимость информации. Число "единиц" хранения электронного архива может достигать сотен тысяч и даже миллионов. Для быстрого поиска обновления и удаления информации, можно использовать структурированный каталог данных. Также к преимуществам данного способа хранения информации можно отнести: длительное хранение документов без потери их качества, осуществление работы с документами, учитывающими все последние обновления и исправления, выпуск документации высокого качества независимо от срока их хранения.

Анализ последних исследований и публикаций

При организации автоматизированных рабочих мест и при повсеместном применении их на предприятии создаются предпосылки для создания электронного документооборота, и электронного архива на его основе. По мнению Т. Микитенко, электронный документооборот, это совокупность процессов создания, обработки, отправки, передачи, получения и хранения электронных документов[1]. Законом Украины «Об

электронных документах и электронном документообороте» определяется порядок организации электронного документооборота и электронного архива как его составляющей. Также в данном нормативном документе оговаривается, что порядок организации электронного документооборота и архива предприятия определяет и организует руководитель предприятия руководствуясь этим законом, и другими нормативными документами утвержденными министерством финансов Украины[2]. Ведущий Украинский экономист Ф. Бугинець в работах посвященных теме исследования рассмотрел ряд особенностей организации электронного архива документов, его преимущества и отметил, что электронные архивы документов дают дополнительные преимущества и существенно повышают эффективность деятельности всех подразделов предприятия, так как они органично интегрируют с существующими на предприятии схемами электронного документооборота, а при их отсутствии позволяют более эффективно организовать работу бухгалтерской службы [3].

Цель написания статьи является обоснования теоретических положений и определения возможностей электронного документооборота на основе системного подхода.

Результаты исследования

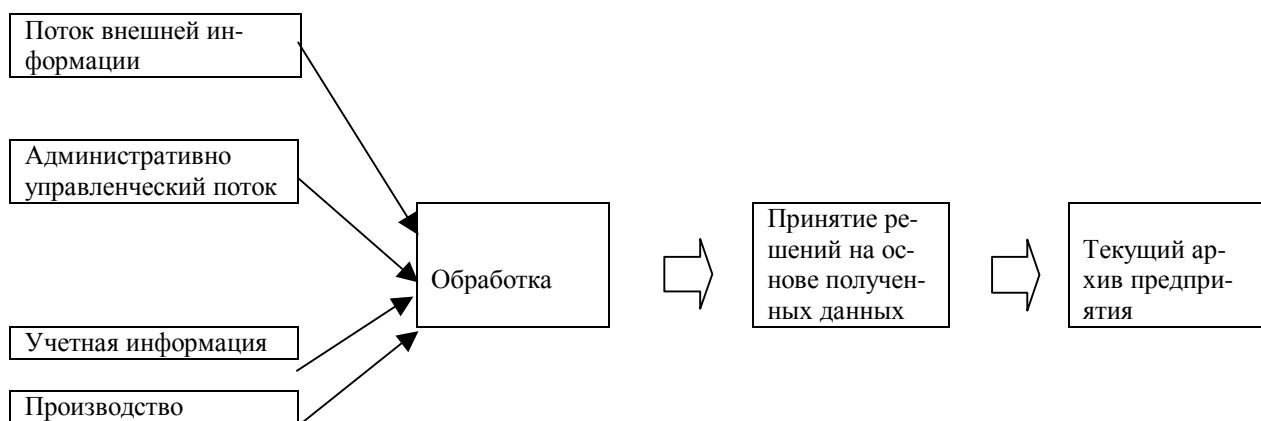


Рис.1. Информационные потоки предприятия

Как правило, предприятие имеет несколько информационных потоков данных. Деление достаточно условно и определяется его реальной деятельностью и структурой (Рис 1). Возникает необходимость в создании такой системы, которая бы управляла всеми потоками информации предприятия с отображением логических связей. Данные связи направлены на создание единого информационного пространства, позволяющего иметь доступ ко всей базе электронного архива.

Электронный архив должен решать следующие задачи:

- хранение информации;
- регистрация информации;
- предоставление информации;
- возможность осуществлять просмотр и редактирование информации;
- возможность управления информацией;
- система должна быть модульной.

Все перечисленные пункты, достаточно подробно описаны в экономической литературе, за исключением последнего. Остановимся на модульности решения. На рисунке 2 изображено "модульное" представление решения.

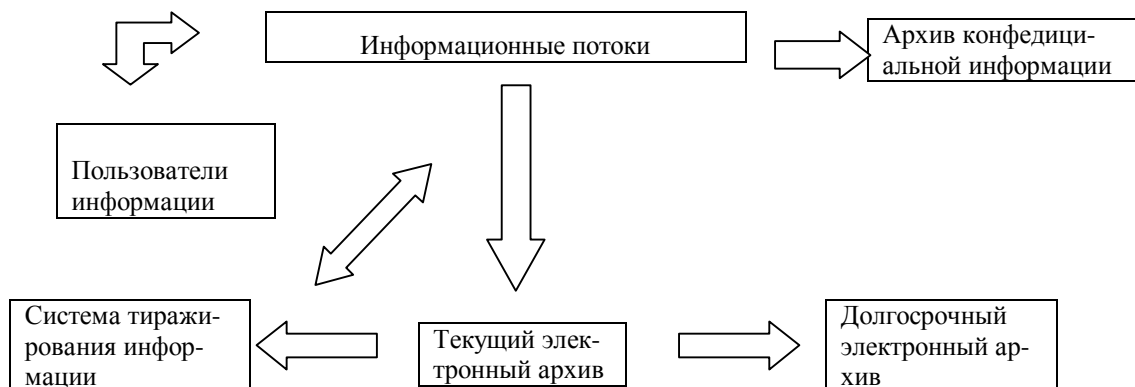


Рис. 2. Структурная схема системы электронного архива

Из рис. 2 видно, что на организацию электронного архива влияет правильность определения порядка доступа пользователей к конфиденциальной информации находящейся в архиве предприятия Рис. 3

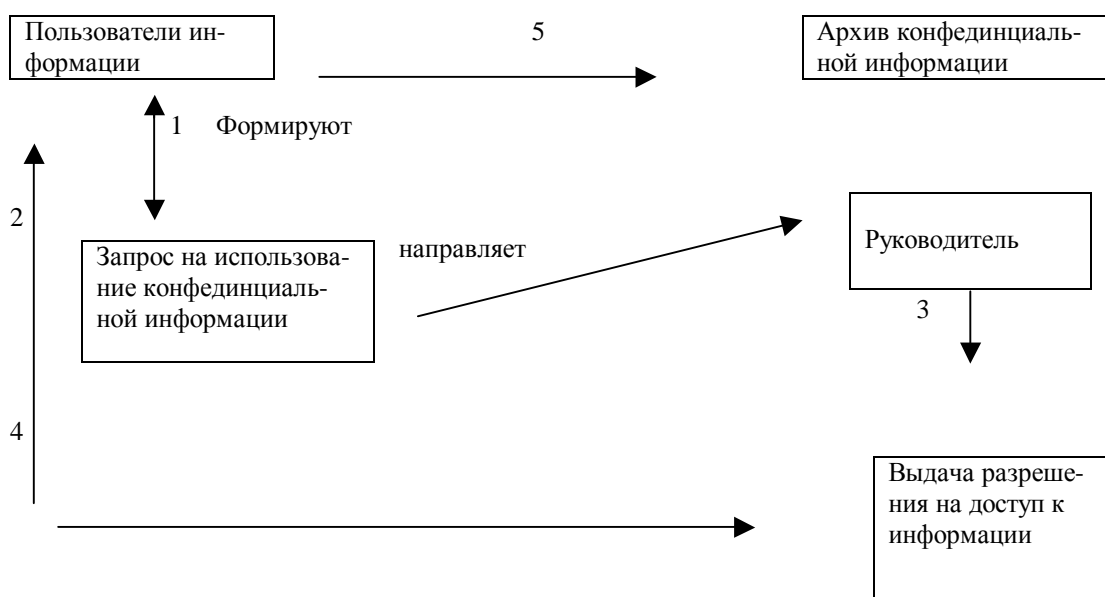


Рис. 3. Порядок доступа к конфиденциальной информации

Из рис. 3 видно, что особое внимание должно быть уделено на организацию и методику обработки информации и запросов пользователей. По этому данная система должна быть разбита на подсистемы исходя из специфики работы предприятия. Важно отметить, что при разработке электронного архива для предприятия обязательно учитываются:

- род деятельности предприятия;
- какие информационные потоки присутствуют;
- какие документы являются основными;
- "сопутствующие" документы";
- в каких приложениях (средствах разработки) создаются новые документы в электронном виде (особенно, есть ли многофайловые документы, файлы которых имеют связи, например, трехмерные модели и т. д.);
- какие информационные потоки предприятия должна охватывать создаваемая система;
- существующие средства автоматизации процессов — предмет изучения на возможность создания единого информационного пространства;
- перспективы развития системы автоматизации предприятия. На этом пункте стоит остановиться подробнее.

Из вышеперечисленного следует, что перед созданием электронного архива, стоит, прежде всего, определиться с тем, что предполагается делать впоследствии с электронными документами. Рекомендуется их внесение в единую базу документов в графических форматах после соответствующей обработки. В этом случае используются электронные образы документов, появляется возможность быстрого поиска нужного документа, его просмотра и при необходимости использования этого документа для создания новых. В любом случае при описываемом подходе, в электронном архиве хранятся документы в графических форматах. Для удобства поиска используется индексация (описание каждого документа по тем или иным признакам), позволяющим быстро найти необходимый документ или группу документов.

Использование электронного архива позволяет внесение в базу документов в текстовых форматах, таких как txt, dbf, что позволяет в дальнейшем производить поиск документов не только по полям СУБД, но и по ключевым значениям "внутри текста" самого документа.

Выводы и предложения

При организации электронного архива на предприятии обеспечивается возможность: ввода любых документов в единую базу с заведением карточки с кратким описанием документа, и порядкового номера в общем массиве данных; работать с документами, и при необходимости включать их в общую систему документооборота; объединения всех документов электронного архива исходя из их логической связи, без учета информационных потоков по которым они поступили; создания нескольких версий документа с возможностью их рассылки по встроенной электронной почте внутри предприятия; проводить описание маршрута каждого документа, с момента его составления (поступления) на предприятие, движение по структурным подразделам предприятия, срок поступления в архив, и определения места хранения в электронном архиве; формировать отчеты в разрезе любой необходимой информации за минимальный период времени.

Источники и литература

1. Микитенко Т. «Современные информационные технологии» Научно-практический журнал Бухгалтерский учет и аудит №10, 2006г.

2. Закон Украины «Об электронных документах и электронном документообороте» от 22.05.2003г №851-IV.
3. Бутинець Ф.Ф., Войналович О.П., Томашевська И.Л., Організація бухгалтерського обліку: 4-е вид., доп. і перероб.-Житомир:ПП «Рута»,2005.-528с.

Татаринцева А.С.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. В світовій ринковій економіці останнім часом все більшого значення набуває ринок послуг, що являє собою складну систему, основним завданням якої є задоволення потреб населення в послугах. Особливого значення в даному контексті набуває туризм. В умовах ринкової економіки і конкуренції успішна діяльність сфери туризму можлива лише за умов вірної організації управління нею за рахунок використання сучасних методів менеджменту, котрі засновані на максимальному використанні існуючого потенціалу самого підприємства і факторів його маркетингового макро- і мікро- середовища на умовах кооперування, співробітництва і партнерства.

Аналіз останніх досліджень. В наукових дослідженнях останнім часом з'являються публікації з приводу необхідності вдосконалення існуючих методів управління підприємствами. Аспекти впровадження маркетингу партнерства, взаємовідносин зі споживачами, кооперації знаходять своє відображення в працях Котлера Ф.[1], Примаченко Н. М.[2], Третьяк О.[3], Юлдашевої О.[4] і інших.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Серед опублікованих робіт в більшій мірі приділено увагу вдосконаленню системи управління підприємствами промислової сфери чи сфери торгівлі. При цьому аспекти щодо впровадження принципів маркетингового співробітництва в галузі туризму залишаються недостатньо розробленими.

Постановка завдання (цілі статті). Недостатність висвітлення даної теми лягла в основу дослідження, виявлення передумов, принципів розвитку і основних аспектів впровадження маркетингового співробітництва в сфері туризму України.

Викладення основного матеріалу. В системі управління підприємствами є певна усталена система правил, принципів і методів. Нерідко робиться припущення про можливість їх застосування в діяльності всіх підприємств, незалежно від галузі, регіону, країни тощо. Так, можна припустити, що менеджмент туристичного регіону і туристичної організації спирається на ті ж самі принципи управління, що і менеджмент будь-якого підприємства системи «людина – людина», проте праця в управлінні туризмом специфічна і істотно відрізняється від діяльності інших галузей.

Туризм має ряд властивих тільки йому рис.

1. Велика глибина проникнення туризму (туризм як явище існує скрізь, де живе людина) і складність взаємозв'язків між його складовими елементами.

2. Сильний вплив з боку зацікавленої клієнтури. Туристичні організації працюють з великою кількістю зацікавлених осіб, які здійснюють сильний вплив на організацію (населення, кредитори, політичні структури, міське управління, туристи).

3. Невіддільність туристичного продукту від джерела його формування. Оскільки туристичний продукт реалізується у вигляді послуги, то його необхідною ознакою є присутність клієнта і врахування його особистісних бажань. Крім того, туристичну послугу неможливо побачити при укладенні договору, спробувати як товар на смак, послуги не можуть бути збережені для подальшого продажу.

4. Специфіка туристичного продукту пов'язана із специфікою туристичного попиту. Попит цей неоднорідний через три основні причини:

1) непостійність якості турпродукта. На мінливість якості послуг роблять вплив як сам споживач, його унікальність, так і той, хто цю послугу надає;

2) різноманітність споживачів туристичних послуг. Різні категорії туристів мають різну мету поїздки, вимоги до туристичних послуг, а також кошти, які вони готові і в змозі заплатити. На туристичний попит впливають такі чинники, як дохід, структура сім'ї, вік її членів, їх освіта і професія;

3) висока значущість суспільних чинників: соціальних, економічної ситуації в країні, екології.

5. Комплексність туристичних послуг. Туристична послуга складається з цілого комплексу послуг (як матеріальних, так і нематеріальних), які є специфічним туристичним продуктом.

6. Сезонність, тобто залежність об'єму туристичних послуг від сезону, перш за все від природнокліматичних умов.

Виходячи з розглянутих особливостей, стає зрозуміло, що туристична галузь як об'єкт управління має свої особливості, менеджери туристичного бізнесу повинні зважати на те, що ця галузь абсолютно не схожа на інші і тому механічно перенести моделі управління з інших сфер трудової діяльності в сферу туризму неможливо.

У зв'язку з цим можна виділити певні риси, характерні для управління будь-яким туристським підприємством.

По-перше, при плануванні туристської діяльності в центрі уваги повинні бути потреби і побажання кінцевих споживачів.