

методов управленческого анализа обобщается сущность медико-реабилитационных и сервисных процессов и процедур управления санаторно-курортным заведением; использование логического обобщения позволило установить особенности системы управления такими заведениями; с использованием метода логико-структурного анализа выделены блоки системы управления санаторно-курортным заведением; представлено построение организационной системы управления санаторно-курортным заведением через применение логико-структурного подхода.

**Ключевые слова:** санаторно-курортное заведение; система управления; организационное построение системы управления санаторно-курортным заведением

**Sergii Voitovych. Features of the Organizational Construction of System of Management of Sanatorium-Resort Institution.** In this scientific article basing on the system analysis and the logical and structural framework are generalized the peculiarities of the organizational construction of system of management of sanatorium-resort institution. In particular: on the basis of application of system analysis are considered areas of activity organized in the sanatorium-resort institution. Using the methods of management analysis we have summarized the essence of medical rehabilitation and service processes and procedures of management of sanatorium-resort institution. The use of logical generalization has allowed to establish features of the system of management of such institutions. Using the method of the logical and structural analysis are selected blocks of the control system of workers of sanatorium-resort institution. The work of an organizational management system of sanatorium-resort institution is depicted through the application of the logical and structural approach.

**Key words:** sanatorium-resort institution; control system; the organizational structure of the management system of sanatorium-resort institution

УДК 339.92

**Олена Лютак** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки Луцького національного технічного університету

## **Особенности использования геоинформационных систем у международному туризме**

У статті розглянуто особливості використання інформації та геоінформаційних систем у туризмі. Визначено переваги від упровадження інформаційних ресурсів у сферу міжнародного туризму. Здійснено аналіз можливостей, що виникають при використанні інформаційних технологій у туристичній галузі.

**Ключові слова:** інформація, інформаційні технології, туристична сфера, геоінформаційна система, міжнародний туризм.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Інформація – основний фактор виробництва в епоху не лише інформаційного, але й постіндустрального суспільства та, незважаючи на відсутність конкретного доходу від її використання, залишається пріоритетним елементом під час формування й реалізації конкурентного потенціалу країни, регіону та держави. Особливості накопичення інформації в різних галузях економіки відображають специфіку її використання. Однозначна важливість урахування інформаційних потоків, їх збереження й використання в туристично-рекреаційній сфері зумовлена тим, що туризм є інформаційнонасиченою діяльністю суб'єктів господарювання. Саме тому існує потреба в проведенні дослідження, що пов'язане з визначенням особливостей застосування інформаційних потоків і геоінформаційних систем у сфері міжнародного туризму.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Дослідженням особливостей впливу використання інформаційного забезпечення та геоінформаційних систем на розвиток туризму в умовах глобалізації, тенденцій становлення сфери послуг в Україні займалися такі вчені, як Г. Андрєєва, С. Бондар, С. Войтович, Т. Григор'єва, В. Дудко, П. Коваль, Н. Коцан, М. Михайловський, О. Пархоменко, Є. Фалько, Н. Шаховалов. Об'єктивна потреба подальшого поглиблення дослідження полягає в узагальненні особливостей використання геоінформаційних систем і новітніх технологій у сфері міжнародного туризму й визначення рівня впливу комп'ютерних мереж на розвиток туризму в Україні.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Існує небагато інших галузей, у яких збір, обробка, застосування й передача інформації були б настільки ж важливі для щоденного функціонування, як у туристичній індустрії. Послуга в туризмі не може бути

виставлена та розглянута в пункті продажу, як споживчі або виробничі товари. Її зазвичай купують заздалегідь і далеко від місця споживання. Отже, туризм на ринку майже повністю залежить від зображень, описів, засобів комунікацій і передачі інформації. Однак виділяється одна особливість: сполучним центром, який тримає різних виробників у межах туристичної галузі, є інформація. Саме інформаційні потоки, а не товари забезпечують зв'язки між виробниками туристичних послуг; вони йдуть не лише у вигляді потоків даних, але виступають також у формі послуг і платежі [1, с. 48].

Потрібно відзначити, що як національний, так і міжнародний ринок туристичних послуг є комплексною сферою нематеріальних ресурсів із позиції як споживача, так і надавача. Цей вид послуг є інформаційно насиченим та вимагає застосування інформаційних технологій більше за будь-яку іншу сферу діяльності. Інформаційна технологія, що є системно організованою сукупністю методів і засобів реалізації операцій збору, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки й захисту інформації на базі застосування розвинуеного програмного забезпечення, телекомунікацій, апаратних (технічних) засобів, постійно вдосконалюється та видозмінюється. Сучасні інформаційні технології засновані на використанні комп'ютерів, об'єднаних у локальні, регіональні чи глобальні комп'ютерні мережі для генерації, збору, обміну та зберігання комерційної інформації [10, с. 139]. Ринок туристичних послуг характеризується саме такою системою взаємозв'язків між суб'єктами й інституційними одиницями. Незважаючи на рівень використання туристично-рекреаційних ресурсів, основоположну роль відіграє саме насиченість інформацією. Регіональна політика щодо застосування туристично-рекреаційного потенціалу спрямована на максимальну інтеграцію галузі в систему національних і міжнародних туристичних потоків. Отже, можна сказати, що цей рівень є первинною ланкою накопичення інформації в геоінформаційній системі.

Окрему сферу відносин становлять мережеві інформаційні технології, які об'єднують не лише суб'єктів господарювання однієї галузі, а й стимулюють використання інформаційних ресурсів усього суспільства. Звичайно, у контексті нашого дослідження варто виокремити переваги накопичення й використання інформації саме для суб'єктів господарювання туристично-рекреаційної сфери.

Як наслідок, інформація, сформована в геоінформаційні системи, щодо застосування туристично-рекреаційних ресурсів регіонів дає змогу економити інші види ресурсів (енергії, сировини, робочого часу, людських ресурсів) за рахунок оптимізації процесів, значно автоматизувати надання послуг, систематизувати обробку та поширення інформації. Особливу сферу відносин щодо накопичення й використання інформації становить співпраця зі споживачами туристичних послуг. Для підприємств, що працюють у туристично-рекреаційній сфері, зв'язок зі своїми споживачами стає запорукою ефективного розвитку в майбутньому. Саме тому потрібно виокремити можливості, які виникають під час застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі для споживачів та туроператорів. Як зазначає Є. А. Фалько [9], їх усі можна згрупувати за такими напрямками: оцінка якості наданих послуг, контроль якості запропонованих продуктів, зворотний зв'язок із клієнтом і надання послуг. До складника, що стосується оцінки якості наданих послуг, можна віднести збір відгуків клієнтів щодо якості та деталей відпочинку, організованого компанією, формування каталогу скарг і негативних відгуків для подальшого усунення, проблемних місць компанії. Контроль якості запропонованих готелів, турів, інших місць відпочинку клієнтів передбачає збір відгуків клієнтів щодо швидкості та якості їх обслуговування працівниками, формування інформативної бази щодо готелів, ресторанів, місць відпочинку, місцевості відпочинку, характеристика й деталі щодо них від очевидців. Однією з найбільш важливих складових частин щодо подальшої побудови маркетингової стратегії туристичного підприємства є використання інформаційних ресурсів при зворотному зв'язку з клієнтом на основі формування уявлень про вподобання; досить легке виявлення сегментів клієнтів компанії й порівняння результату з першочерговою стратегією компанії, також клієнт має змогу обрати параметри бажаної поїздки та надати цю інформацію компанії, не виходячи з дому. Ще одним компонентом є сам процес надання послуг: клієнт має змогу швидко й без відриву від справ бронювати та резервувати тури й готелі; компанія може надавати йому необхідну інформацію, а також надсилати комплекти можливих турів і місць відпочинку відповідно до вподобань клієнта; вільний розрахунок за послуги кредитною картою за короткий час.

Якщо проаналізувати діяльність туристичної сфери всіх країн світу та визначити лідерів із залучення туристів у свою країну, розмістивши їх за місцями відповідно до підсумків останніх років, то на першому місці впродовж 15 років залишається Франція, прийнявши близько 80 млн іноземних

туристів, далі – Іспанія, США та Італія, які разом прийняли понад 150 млн туристів. Отже, визначивши лідерів із прийому іноземних туристів, можна впевнено констатувати той факт, що саме в цих державах найбільший вплив на економіку мала сфера туризму. Проте надходження прибутків від туризму розподіляється у світі нерівномірно: 62,4 % припадає на Європу, 16,4 % – на Північну Америку, 11,7 % – на Латинську Америку [7, с. 150]. Щодо використання інформаційних технологій і побудови геоінформаційних систем саме ці країни стали основоположниками глобальних систем бронювання на початках авіаквитків, а потім усього ланцюга туристичної послуги (проживання в готелі, оренда транспорту, харчування, послуги розваг, додаткове спорядження для екстремального туризму). Вагоме значення в другій половині ХХ ст. мали просування та маркетингова діяльність туроператорів в Інтернет-мережі.

Стосовно України на початку 2016 р. майже дві третини (62 %) дорослого населення України користувались Інтернетом. Частка користувачів серед людей 18–39 рр. в Україні сягнула 91. За період із лютого 2014 до лютого 2016 років кількість користувачів зросла на 8 % [3]. Як наслідок, незважаючи на девальвацію національної валюти, АТО, погіршення соціально-економічного стану країни, кількість громадян, які виїжджали за кордон для відпочинку, продовжує зростати (23 761 287 – у 2013, 22 437 671 – у 2014 та 23 141 646 – у 2015 р.) [4]. Вагомий поштовх розвитку туризму на основі використання інформаційних потоків дало проведення Євро-2012. У межах розбудови інфраструктури запущено проекти та старти, які суттєво підвищили туристичний імідж України, сформували систему взаємодії між різними регіонами щодо бронювання готелів, продажу квитків, організації культурно-масових заходів, харчування. Залучення волонтерів щодо мовного супроводження приїжджих туристів через мережу соціальних сіток також було вагомим чинником у налаштуванні сукупної мережі.

Потрібно відзначити, що геоінформаційна система формується на основі системних зв'язків, які виникають між суб'єктами господарювання в різних регіонах країни.

Основні показники щодо діяльності суб'єктів туристичної діяльності України за регіонами відображено в табл. 1.

Таблиця 1

**Показники роботи юридичних суб'єктів туристичної діяльності України у 2015 р.**

Назва регіону	Кількість юридичних осіб, одиниць				Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	Операційні витрати, тис. грн
	усього, у тому числі:	туроператори	турагенти	суб'єкти, які виконують екскурсійну діяльність		
1	2	3	4	5	6	7
<b>Україна</b>	<b>2198</b>	<b>667</b>	<b>1473</b>	<b>58</b>	<b>4797731,6</b>	<b>4513433,2</b>
Вінницька	29	11	18	0	8798,7	5613,8
Волинська	27	15	10	2	9427,5	2570,0
Дніпропетровська	118	21	96	1	19903,3	15564,6
Донецька	45	4	41	0	19729,5	1272,1
Житомирська	16	4	11	1	1844,9	1463,2
Закарпатська	40	16	22	2	5281,7	5233,7
Запорізька	74	10	64	0	9043,3	8264,9
Івано-Франківська	48	22	23	3	260757,2	230726,6
Київська	40	5	35	0	6981,5	5910,5
Кіровоградська	17	4	12	1	2665,7	2409,8
Луганська	8	-	8	0	338,7	322,6
Львівська	143	52	79	12	177567,8	103764,1
Миколаївська	32	6	26	0	2703,0	2424,8
Одеська	172	40	118	14	176891,8	90540,3
Полтавська	23	1	21	1	2030,8	2083,0
Рівненська	30	6	23	1	7067,4	6691,4
Сумська	23	5	18	0	2906,6	2320,5

Закінчення таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7
Тернопільська	22	10	9	3	3747,2	2959,3
Харківська	104	9	94	1	19495,7	19801,5
Херсонська	22	7	11	4	25936,8	7116,0
Хмельницька	29	3	22	4	4868,5	5097,7
Черкаська	28	6	21	11	6084,0	5443,2
Чернівецька	44	24	20	0	12035,1	21819,4
Чернігівська	19	1	18	0	1304,5	951,9
м. Київ	1045	385	653	7	4010320,4	3963068,3

Складено автором на основі [4].

Як бачимо з табл. 1, в Україні сформувалися певні туристичні центри, специфіка яких викликана природно-кліматичними умовами, зокрема це західні регіони (Івано-Франківська, Львівська, Волинська, Чернівецька області), використанням прибережних морських ресурсів (Одеська, Херсонська, Дніпропетровська області), наявністю промислових векторів і центрів (Харківська, Донецька, Запорізька області) та м. Київ. Незважаючи на те, що столиця має достатній історичний потенціал та сприятливе положення, наявна кількість суб'єктів господарювання (50 % від загального по Україні) є неадекватною й зумовлена лише покращеною інфраструктурою та фінансовим забезпеченням. Фактичне розміщення багатьох туристичних агентств є відмінним від столиці, але юридична реєстрація, закріплена в установчих документах, дає підстави зараховувати дохід від туристичних послуг саме м. Києву. Зведений аналіз використання комп'ютерних мереж різними галузями економіки наведено в табл. 2.

Таблиця 2

## Використання комп'ютерних мереж на підприємствах, одиниць [5]

Галузь	Код за КВЕД-2010	Кількість підприємств, що використовували комп'ютери впродовж року	Із них підприємства, які:				Кількість підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет
			використовували локальну комп'ютерну мережу	використовували бездротовий доступ для своєї локальної комп'ютерної мережі	мали власний внутрішній веб-сайт у корпоративній комп'ютерній мережі (Інтернет)	мали розширену корпоративну комп'ютерну мережу	
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Усього</b>		<b>41597</b>	<b>25745</b>	<b>14620</b>	<b>9655</b>	<b>5954</b>	<b>40747</b>
Переробна промисловість	C	10035	6163	3408	2565	1364	9852
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	D	568	399	236	125	84	564
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	E	1060	546	242	107	71	1034
Будівництво	F	4212	2382	1274	702	358	4116
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	G	9945	6597	3985	2381	1546	9788
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	H	3313	1902	1052	562	415	3227

1	2	3	4	5	6	7	8
Тимчасове розміщування й організація харчування	I	1280	709	448	321	171	1236
Інформація та телекомунікації	J	1895	1456	990	783	587	1877
Фінансова та страхова види діяльності	K	561	458	258	320	210	559
Операції з нерухомим майном	L	2735	1433	684	361	217	2661
Професійна, наукова та технічна види діяльності	M	3076	2189	1280	929	585	3021
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	N	2860	1465	735	479	335	2755
Надання інших видів послуг	S	57	46	28	20	11	57

Дані табл. 2 свідчать, що практично всі галузі активно використовують комп'ютери та комп'ютерні мережі у своїй роботі. Потрібно відзначити, що частка підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, за певними сферами становить 100 %. Це ще раз підтверджує важливість використання геоінформаційних систем та технології просторового аналізу.

Важливо виокремити також рівні використання інформаційних технологій, зокрема держава на основі аналізу туристичної галузі повинна будувати стратегію щодо розвитку регіональних туристичних ринків, які би позиціонувалися на міжнародних ринках; підприємства туристичної сфери можуть застосовувати геоінформаційні системи та туристичні інформаційні системи як статистичні системи для дослідження, моделювання й планування своєї діяльності.

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** Отже, сучасна геоінформаційна система, що забезпечує використання туристично-рекреаційних ресурсів регіонів, формується на основі опрацювання первинної інформації від суб'єктів господарювання, що збирають її за допомогою спостереження, опитування, експерименту, обробляють відповідно до визначених критеріїв та вторинної інформації, що отримана з інших джерел, незалежно від визначеного поточного об'єкта дослідження. Державний рівень використання геоінформаційної системи акумулює дані регіонів, може формувати їх базу щодо застосування туристично-рекреаційного потенціалу регіонів, просування на міжнародних ринках брендів держави. Міжнародний рівень, сформований на основі глобальних систем бронювання, сучасних платіжних систем та Інтернет-мережі в цілому, охоплює міждержавні туристичні потоки, доходи від туристичної галузі, продовжує інтеграцію в усі ланки глобального ланцюга доданої вартості, створеної туристичною сферою. Використання потенційних можливостей цієї системи державою та українськими готельними операторами є безумовним чинником нарощення застосування наших туристичних можливостей і залучення додаткових світових туристичних потоків, що дають додаткові валютні надходження, опосередковано сприяють розвитку суміжних галузей, розбудові інфраструктури, збільшення доходів суб'єктів господарювання, податкових надходжень до бюджетів різних рівнів, покращенню добробуту громадян.

#### Джерела та література

1. В'їзний туризм : навч. посіб. / авт. кол. : Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андрєєва Г. П. [та ін.]. – Ніжин : Вид-во Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
2. Войтович С. Я. Значення та тенденції становлення сфери послуг в Україні / С. Я. Войтович, Т. І. Данилюк // Економічні науки. – Серія «Економіка та менеджмент» : зб. наук. пр. Луцького національного технічного університету. – Вип. 10 (38). – Луцьк, 2013. – С. 27–32.
3. Інформаційні технології в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://tourlib.net/books\\_ukr/vt5-1.htm](http://tourlib.net/books_ukr/vt5-1.htm)
4. Державна служба статистика України. Економічна статистика. Економічна діяльність. Туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Експрес-випуск Державної служби статистики України від. 17.05.2016 № 133/0/05.1вн-16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html)
6. Кількість користувачів інтернетом в Україні зростає з рекордною швидкістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://energolife.info/ua/2016/News/406/%D0%9A%D1%96%D0%BB%D1%8>
7. Коцан Н. Н. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н. Н. Коцан, Р. Р. Мазурець // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2008. – № 6. – С. 148–153.
8. Савош Л. В. Економіко-математичне моделювання розвитку туристично-рекреаційної сфери транскордонного регіону / О. М. Лютак, Л. В. Савош, О. Я. Кравчук // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №11 (149). – С. 230–239.
9. Фалько Є. А. Розвиток інформатизації міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобалізації : дис. ... канд. екон. наук / Єліна Артурівна Фалько. – Дніпропетровськ, 2014. – 239 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis\\_falko.pdf](http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis_falko.pdf)
10. Шаховалов Н. Н. Інтернет-технології в туризмі : учеб. пособие / Н. Н. Шаховалов. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2007. – 251 с.

**Елена Лютак. Особенности применения геоинформационных систем в международном туризме.** В статье рассмотрены особенности использования информации и геоинформационных систем в туризме. Определены преимущества от внедрения информационных ресурсов в сферу международного туризма. Проведен анализ возможностей, возникающих при использовании информационных технологий в туристической отрасли.

Международный рынок туристических услуг является информационно насыщенным и требует применения информационных технологий более чем любая другая сфера деятельности. Отдельную сферу отношений составляют сетевые информационные технологии, которые объединяют субъектов хозяйствования одной отрасли стимулируют использование информационных ресурсов всего общества. Геоинформационная система формируется на основе системных связей, возникающих между субъектами хозяйствования в различных регионах страны. Особое внимание в статье сосредоточено на оценке субъектов туристической деятельности Украины, использовании компьютерных сетей на предприятиях. Государственная политика должна строиться на основе анализа туристической отрасли и позиционировать её на международных рынках. Предприятия туристической сферы могут использовать геоинформационные системы и туристические информационные системы как статистические системы для исследования, моделирования и планирования своей деятельности.

**Ключевые слова:** информация, информационные технологии, туристическая сфера, геоинформационная система, международный туризм.

**Olena Liutak. Features of the Application of Geographic Information Systems in International Tourism.** In the article the features of the use of information and GIS in tourism. Investigated the advantages of the introduction of information resources in the field of international tourism, the analysis of the opportunities arising from the use of information technology in the tourism industry. The international tourism market is an information-intensive and requires the use of information technology more than any other field of activity. The separate sphere of relations constitutes a network of information technology that integrates business entities one industry and stimulates the use of information resources of the whole society. GIS is based on systemic relations arising between business entities in various regions of the country. Special attention is focused on the assessment of tourist activity of Ukraine, the use of computer networks in the enterprise. The public policy should be based on the analysis of the tourism industry and its position in international markets. Enterprises tourism industry can use geographic information systems and tourist information system as a statistical system for research, modeling and planning of its activities.

**Key words:** information, information technology, tourism sector, geographic information system, international tourism.