

вона є насправді. Це зумовлюється тим, що молодь не довіряє державі, і тому шукає роботу сама. Отже, можна сказати, що державна інфраструктура ринку праці потребує вдосконалення, а саме:

1. Розробки проектів щодо забезпечення молодих спеціалістів «першим» робочим місцем.
2. Направлення ВНЗ студентів на підприємство для проходження виробничої практики.
3. Поліпшення ефективності профорієнтаційної роботи центрів зайнятості у вищих навчальних закладах за фахом.
4. Фінансування державою молодіжних програм.
5. Розробки мотиваційних факторів для молоді.

Якщо ці вдосконалення не будуть зроблені, то через 20 років в Україні майже не залишиться кваліфікованих працівників, що спричинить не тільки кризу на ринку праці, а й кризу в усій державі.

**Висновки.** Стан українського молодіжного ринку праці перебуває на низькому рівні і має тенденцію до деградації, якщо його порівняти з європейським. Низький соціальний статус деяких прошарків населення не надає можливості учню (студенту) займатись лише навчанням, а змушує поєднувати навчання з роботою. Внаслідок цього молода людина не має змоги отримати гідну освіту, а згодом і кваліфіковану роботу. Певну роль відіграє рівень мобільності молодих чоловіків та жінок на початку кар'єри. Внаслідок відсутності можливості отримати роботу з гідною зарплатою молоді люди змушені виїздити за кордон.

Отже, у разі бездіяльності держави наслідки можуть бути невиправні не лише для молоді, а й для самої держави.

#### Джерела та література:

1. Конституція України // ВВРУ. - 1996. - №30 - С.141.
2. Кодекс законів про працю України. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua>
3. Закон України «Про зайнятість населення» від Верховна Рада України; Закон від 05.07.2012 № 5067-VI // ВВРУ. - 2012. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
4. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 05.02.1993 №2998-XII // ВВРУ. - 2004. - [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
5. Васильчук, Н. О. Сегментація ринку праці / Н.О. Васильчук // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - 2010. - №1(143), ч. 1. - С. 51-55.
6. Коломієць, О. А. Щодо перспектив запровадження в Україні гарантованого забезпечення молоді першим робочим місцем. - [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/15.htm>
7. Розподіл постійного населення України за статтю та віком : експрес випуск № 134 від 17.06.2009 р. [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. - Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Круликовський А.П., Маланин А.Е.**

**УДК 001.895 : 338.48**

## **БИЗНЕС-ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ УНИКАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО И ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ**

***Анотация.** В статье предлагается методология интерактивного создания санаторно-курортного и туристического продукта. Реализация процессов самообслуживания при создании туристического продукта, использование сети Интернет позволяет наиболее полно удовлетворять требованиям разнообразных потребителей в различные курортные сезоны, что позволит уменьшить сезонность санаторно-курортного и туристического бизнеса.*

***Ключевые слова.** бизнес-процесс, санаторно-курортный продукт, информационная система, самообслуживание.*

***Анотация.** У статті пропонується методологія інтерактивного створення санаторно-курортного й туристичного продукту. Реалізація процесів самообслуговування при створенні туристичного продукту, використання мережі Інтернет дозволяє найбільше повно задовольняти вимогам різноманітних споживачів у різні курортні сезони, що дозволить зменшити сезонність санаторно-курортного й туристичного бізнесу.*

***Ключові слова.** бізнес-процес, санаторно-курортний продукт, інформаційна система, самообслуговування.*

***Summary.** The role of the health resort and tourist complex in the modern economy of Ukraine is great. The development of the complex has an impact on many sectors of the economy: transport and communications, agriculture and construction, among others.*

*Health resort business and tourism subject to sharp seasonal fluctuations, which may pose significant difficulties in enterprise activity.*

*Increase the efficiency of enterprises sanatorium-resort and tourist complex is possible with the help attract to rest and recuperation individuals. For this it is necessary to provide customers with a variety of information about our services, to create new, individually-oriented tourism products in real time.*

*To increase the efficiency of operations and improve the competitiveness of sanatorium-resort complex and tourism need to use a variety of information technology. Analysis of studies of new information technologies has shown that their use can improve the tourism product sales, lead to a uniform distribution of load and enterprises spa complex, and improve customer service.*

*Tourism product is a comprehensive cross-sectoral in nature and includes a variety of resources in the region: natural, social-economic and cultural objects and their components. For different times of the year improving tourism industry needs to offer various health resort and tourist product, which includes advanced capabilities of all regional recreation.*

*In this paper, we propose a system for generating tourism product by interactive self-service customer in real time. The company provides the customer with a wide range of services, the consumer himself selects interest him in some order of preference, then prepared application is processed enterprise information system, and failure to comply with the consumer, there are seasonal and other constraints, a request is sent to the consumer, offering revise its product. The result is a completely new product for each individual customer that the customer is actually himself and posing.*

*The introduction of self-service systems to create health resort and tourist product leads to transforming the tourist area with a service organized tourists on a diversified scope of sanatorium and tourism oriented to meet the diverse needs of individual travelers.*

**Keywords:** business process, the sanatorium product information system, self-service.

**Постановка проблемы.** На сегодняшний день санаторно-курортный комплекс и разнообразные формы туризма являются очень важной и достаточно активно развивающейся отраслью мировой экономики.

Роль туризма в наполнении бюджета, обеспечении занятости населения и создании новых рабочих мест очень велика. Развитие туризма оказывает влияние на такие отрасли экономики, как связь и транспорт, сельское хозяйство и строительство, производство товаров народного потребления и другие. Санаторно-курортная сфера и туризм выступают своеобразным локомотивом социально-экономического развития.

На развитие санаторно-курортной сферы и туризма воздействуют различные негативные факторы: религиозные и политико-правовые, социально-экономические и демографические, природно-географические и исторические. Сфера санаторно-курортного бизнеса и туризма подвержена резким сезонным колебаниям, которые создают значительные трудности в деятельности предприятий.

Увеличение длительности активного санаторно-курортного сезона требует использования разнообразных технологий информационного бизнеса для ускорения продвижения туристического продукта к потребителю. Информационно-технологическое обеспечение отрасли определяется как приоритетное направление государственно-частного партнерства в повышении конкурентоспособности санаторно-курортного бизнеса и туризма.

**Анализ последних достижений и публикаций.** Исследование результатов использования новейших информационных технологий в деятельности предприятий туристической сферы и туризме в целом осуществляли: Ветитнев А. М. [1], Морозов М. А. [2], Чудновский А. Д. [3], Квартальнов В. А. [4]. Проблемы сезонности в туризме исследовались в работах Нарзиева М. М. [5].

Из их работ следует, что использование информационных технологий позволяет увеличить продажи туристического продукта, приводит к более равномерной и стабильной загрузке предприятий санаторно-курортного комплекса и туризма, повышению качества обслуживания клиентов.

**Постановка проблемы.** Анализ источников показывает недостаточную разработанность проблемы использования современных информационных технологий в управлении организациями санаторно-курортного комплекса и туризма. Отмечается наличие лишь единичных публикаций по применению интернет-технологий и использованию возможностей социальных сетей применительно к услугам санаторно-курортного комплекса и туризма.

Цель данной работы заключается в разработке стратегии создания и продвижения санаторно-курортного и туристического продукта путем введения элементов интерактивности и персонализации обслуживания.

**Основные результаты исследования.** Ежегодно Крым посещают порядка 6 миллионов отдыхающих. Туристический поток Крыма позволяет экономике Украины получить выручку в размере 40 млрд грн. Причем данная выручка обеспечивается товарами, произведенными не только в Крыму, но и во всей Украине, что делает крымскую санаторно-курортную и туристическую индустрию полезной для экономики всей страны [6].

Однако в развитии рекреационного комплекса накопились серьезные проблемы, связанные с низкой конкурентоспособностью отечественного санаторно-курортного и туристического продукта, его слабая ориентированность на растущий спрос клиента.

Десятилетиями рынок санаторно-курортного лечения формировался за счет спроса со стороны фондов социального страхования и других государственных структур. В последние годы объемы таких заказов постоянно сокращаются, а комплексный санаторно-курортный и туристический продукт постепенно заменяется на пляжные виды отдыха, при этом длина курортного, вернее, пляжного сезона составляет теперь всего два полноценных месяца: июль и август [7]. Здравницы Крыма по этой причине несут огромные финансовые убытки.

Увеличить эффективность работы предприятий санаторно-курортной сферы и туризма возможно с помощью привлечения на отдых и оздоровления частных лиц. Необходимо осваивать новые маркетинговые инструменты информационного бизнеса, которые позволят обеспечить многочисленных клиентов

**БИЗНЕС-ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ УНИКАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО И ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ**

разнообразной информацией по предоставляемым услугам, а так же в режиме реального времени создавать разнообразные, индивидуально ориентированные санаторно-курортные и туристические продукты для конкретного времени года.

Мировой опыт показывает положительное влияние информационных технологий на динамику развития санаторно-курортного и туристического бизнеса. Широкое использование информационных технологий приводит к преобразованию санаторно-курортной и туристической области, ориентированной ранее на обслуживание организованных групп отдыхающих, в многоотраслевую сферу деятельности, направленную на удовлетворение потребностей миллионов индивидуальных туристов.

В зависимости от сезона объем туристской деятельности имеет значительные колебания. Для различного времени года индустрия оздоровительного туризма должна предлагать различный санаторно-курортный и туристический продукт, включающий в себя интегрированные возможности всей региональной рекреации.

Рекреационные возможности региона достаточно велики, отразить даже небольшую часть их в сезонном санаторно-курортном и туристическом продукте не представляется возможным. Необходим их отбор в состав туристического продукта, причем отбор не структурами санаторно-курортных и туристических предприятий, а запросами многочисленных потенциальных потребителей. Реализовать данный подход возможно только при условии существования обратной связи между потребителем и производителем санаторно-курортного и туристического продукта, то есть за счет применения информационных технологий. Необходимо произвести реинжиниринг бизнес-процесса создания санаторно-курортного и туристического продукта.

Только используя возможности современных технологий, есть шанс удерживать конкурентные позиции и полностью охватить спрос потребителя.

Использование в комплексе информационных технологий позволяет достичь эффективного управления организацией, будь это специализированные программные продукты для управления конкретной фирмой, или использование сети Интернет, для продвижения товара и его реализации.

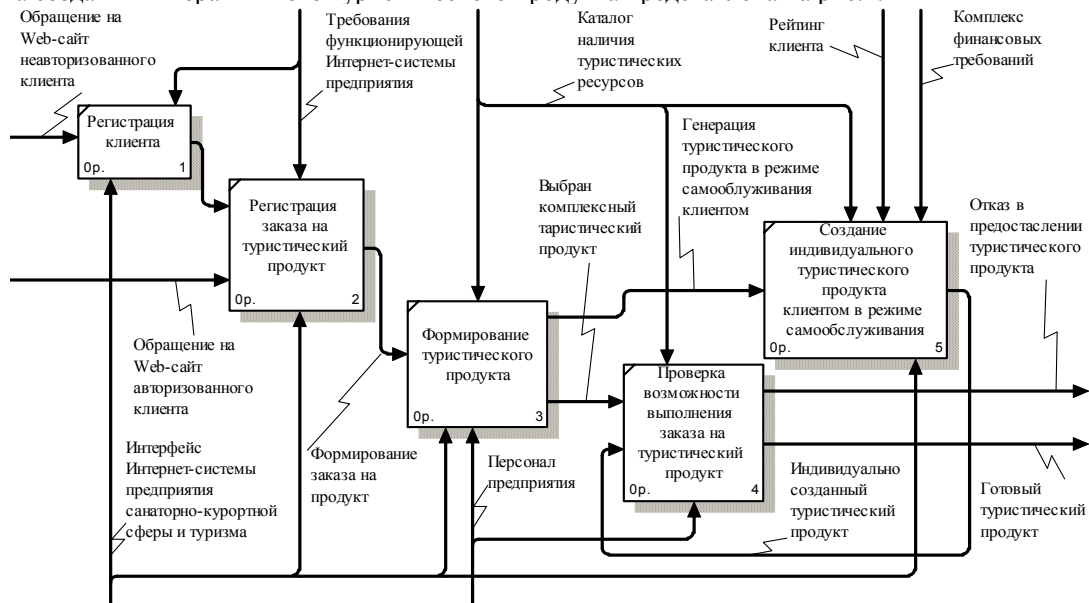
Проникновение Интернета во все стороны жизни общества является одним из основных глобальных трендов нашего времени. В настоящее время использования сети Интернет предприятиями санаторно-курортной сферы и туризма заключается в рекламе туристских продуктов и имиджа фирмы, как на собственной Web-сайте так и на рекламном. На собственном сайте туристского предприятия приводится описание предлагаемого продукта и обеспечивается возможность оформления заявки на приобретение комплексного туристского продукта[8].

Но возможности Интернета этим не ограничиваются, этот канал коммуникации производителя и потребителя туристического продукта необходимо использовать и для создания санаторно-курортного и туристического продукта, предлагаемого для данного времени года, для конкретного индивидуального потребителя.

Санаторно-курортный и туристический продукт носит комплексный межотраслевой характер и включает в себя разнообразные рекреационные ресурсы региона: природные и природно-технические, социально-экономические и культурно-исторические объекты и их элементы.

Все это разнообразие рекреационных продуктов и услуг должно найти отражение в санаторно-курортном и туристическом продукте, предлагаемом для данного времени года и для конкретного индивидуального потребителя.

Схема создания интерактивного туристического продукта представлена на рис. 1.



**Рис 1.** Модель бизнес-процесса создания туристического продукта в нотации IDEF 0.

Источник: разработано авторами

Потребитель посещает интернет-страницу предприятия, ему предоставляется широкий выбор услуг, которые предприятие санаторно-курортной сферы и туризма имеет возможность предоставить. Потребитель сам отбирает в состав создаваемого рекреационного продукта интересующие его услуги в порядке некоторого предпочтения. Затем подготовленная заявка от потребителя обрабатывается информационной системой сайта, и при невозможности удовлетворить запрос потребителя, например из за сезонных или других ограничений, отправляется электронное письмо потребителю, рекомендуемое доработать заинтересовавший его туристический продукт. В результате итерационного подхода для каждого клиента создается отдельный продукт, который потребитель практически сам и создает.

Развитие процессов самообслуживания не является заменой рыночному функционированию сферы санаторно-курортных и туристических услуг, а, по сути, дополняет его. [9]

Потребитель в системе самообслуживания объединяется с другими лицами, и сам начинает выступать как инициативный субъект хозяйствования, для достижения конкретной цели - создание индивидуального товара, обладающего необходимыми для потребителя характеристиками.

В свою очередь система, самообслуживания предполагает высокую активность потребителя, что неизбежно приводит к повышению интереса потребителя к этому товару, так как были затрачены усилия самого потребителя в ходе создания туристического продукта.

Участником системы самообслуживания может быть не только отдельный потребитель, но и группа лиц, поскольку система самообслуживания может ориентироваться как на индивидуальное, так и на коллективное потребление.

При создании туристического продукта, наиболее удовлетворяющего каждого члена группы, информационная система решает задачу обоснованного выбора приемлемых альтернатив среди набора имеющихся рекреационных ресурсов. В качестве альтернатив выступают ожидаемые туристические продукты каждого члена группы. Таким образом предлагаемая модель генерации туристического продукта позволит формировать туристические группы.

**Выводы.** Предложена модель применения информационных технологий при решении задачи создания санаторно-курортного и туристического продукта.

Внедрение системы самообслуживания при создании санаторно-курортного и туристического продукта приводит к трансформированию туристической области с обслуживания организованных туристов, на многоотраслевую санаторно-курортную сферу и туризм, ориентированных на удовлетворение разнообразных потребностей индивидуальных туристов.

Дальнейшая работа будет сфокусирована на создании туристического продукта в условиях неопределенности. Неопределенность создания туристического продукта для туристических групп заключается в том, что набор вариантов туристического продукта, изначально не определен, и для одной и той же проблемы выбора набор рекреационных ресурсов, входящих в туристический продукт, может меняться в зависимости от ситуации, в которой производится выбор.

#### **Источники и литература:**

1. Вегитнев А. М. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме / А. М. Вегитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. - М.: Форум, 2010. - 400 с.
2. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М. А. Морозов. - М.: Академия, 2004. - 250 с.
3. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. - М.: КНОРУС, 2006. - 104 с.
4. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме / В. А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 496 с.
5. Нарзиев М. М. Сезонность спроса на туристические услуги и пути минимизации сезонного характера в туристической индустрии Узбекистана / М. М. Нарзиев // Труды ученых ИГУ. - 2009. - №23. - С. 61-66.
6. Информация Министерства курортов и туризма АРК [Электронный ресурс] - режим доступа: <http://www.ark.gov.ua/blog/tag/liev/>
7. Программа развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2012-2013 годы [Электронный ресурс] - режим доступа : <http://www.predeinazaural.ru/img/upload/2294.pdf>
8. Зонин Н. А. Современные информационные технологии в международном туристическом бизнесе: преимущества использования сети [Электронный ресурс] / Н. А. Зонин // Проблемы современной экономики- 2004. - N 4 (12) - режим доступа : <http://www.m-economy.ru/issue.php?num=12>
9. Кузьмин П. П. Теоретические аспекты формирования систем самообслуживания в сфере сервиса как эффективной формы производства и потребления услуг [Электронный ресурс] / П. П.Кузьмин. // Управление экономическими системам - 2013. - №9 - режим доступа : <http://uecs.ru/ekonomicheskaya-bezopasnost/item/2325-2013-09-03-11-25-43>