

УДК 336.27:69

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-1.7>

Залунина О.М.

кандидат технических наук,
доцент кафедры бизнес-администрирования,
маркетинга и туризма,
Кременчугский национальный университет
имени Михаила Остроградского

ОРГАНИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

В статье рассмотрены информационные аспекты функционирования туристической инфраструктуры. Отмечено, что строительство туристических объектов связано с наличием таких тенденций: во-первых, интенсивное развитие средств телекоммуникации и связи, эффективное управление информационными потоками стимулируют интерес населения к туризму (прежде всего к международному); во-вторых, выросший общекультурный уровень и доходы населения позволяют рассматривать туризм как способ отдыха и расширения кругозора; в-третьих, развитие международных отношений и транспортных связей позволяет снизить барьеры для осуществления туристического бизнеса; в-четвертых, развитие соответствующей инфраструктуры и индустрии гостеприимства позволило снизить вероятность риска для туристов. Предложено структурировать информационное поле строительства туристической инфраструктуры по данным о потенциальных возможностях строительной индустрии, данным о программах строительства туристических объектов и данным о временных и бюджетных ограничениях.

Ключевые слова: туризм, туристическая инфраструктура, строительство, информационное поле, управление.

ОРГАНІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ У СФЕРІ ПОБУДОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Залунина О.М.

У статті розглянуто інформаційні аспекти функціонування туристичної інфраструктури. Відзначено, що будівництво туристичних об'єктів пов'язано з наявністю таких тенденцій: по-перше, інтенсивний розвиток засобів телекомунікації та зв'язку, ефективно управління інформаційними потоками стимулюють інтерес населення до туризму (насамперед, до міжнародного); по-друге, загальнокультурний рівень і доходи населення дають змогу розглядати туризм як спосіб відпочинку і розширення кругозору; по-третє, розвиток міжнародних відносин і транспортних зв'язків дає змогу знизити бар'єри для здійснення туристичного бізнесу; по-четверте, розвиток відповідної інфраструктури та індустрії гостинності дав змогу знизити ймовірність ризику для туристів. Запропоновано структурувати інформаційне поле будівництва туристичної інфраструктури згідно з даними про потенційні можливості будівельної індустрії, даними за програмами будівництва туристичних об'єктів і даними щодо тимчасових і бюджетних обмежень.

Ключові слова: туризм, туристична інфраструктура, будівництво, інформаційне поле, управління.

ORGANIZATION OF THE INFORMATION FIELD STRUCTURE IN THE FIELD OF CONSTRUCTION OF TOURIST INFRASTRUCTURE

Zalunyna Olha

The article considers the informational aspects of the functioning of the tourist infrastructure. It was noted that the construction of tourist facilities is associated with the presence of the following trends: firstly, the intensive development of telecommunications and communications, effective management of information flows stimulate the interest of the population in tourism (primarily in international tourism; secondly, the increased general cultural level and incomes of the population allow us to consider tourism as a way to relax and broaden our horizons; thirdly, the development of international relations and transport links can reduce barriers to tourism fourthly, the development of an appropriate infrastructure and hospitality industry has made it possible to reduce the risk for tourists. The aim of the work is to systematize the structure of the information field in the context of the construction of tourism infrastructure. To achieve this goal it is necessary to solve the following tasks: perform an analytical review of the aspects that form the information space for the construction of tourist infrastructure; identify levels of information support for the construction of tourism infrastructure; classify the features of the tourism business; group the influence of factors determining the volume of tourist demand. The main principles and requirements that determine the purpose of tourism services, consumer-oriented, as well as the capabilities of the enterprise – should be consistent with the requirements of the market. Tourism infrastructure is closely linked to the market. Consumer tourism services information is studied as a whole through the use of three approaches: through the analysis

of secondary information; by studying the motivation and behavior of consumers; by analyzing products (services). The information accompanying the functioning of the tourism business and, accordingly, the tourism infrastructure is characterized by particularities of the tourism business. Such information features include: the integrated use of various types of recreational resources; dependence of the volume of services on the scale of territories; the continuity of the production and consumption of tourism services.

Keywords: tourism, tourism infrastructure, construction, information field, management.

Постановка проблеми. Туристическа інфраструктура характеризується великим об'ємом інформації, а розвиток туристических послуг пов'язано з наявністю таких тенденцій:

во-первых, інтенсивне розвиток засвідків телекомунікації і зв'язі, ефективне управління інформаційними потоками стимулюють інтерес населення до туризму (прежде всего до міжнародному);

во-вторых, зрілий загальнокультурний рівень і доходи населення дозволяють розглядати туризм як спосіб відпочинку і розширення кругозору;

в-третьих, розвиток міжнародних відносин і транспортних зв'язей дозволяє знизити бар'єри для здійснення туристического бізнесу;

в-четвертых, розвиток відповідної інфраструктури і індустрії гостеприймства дозволило знизити ймовірність ризику для туристів.

Поэтому актуальним становится проблема систематизации и структуризации большого объема информации, которая характеризует и сопутствует строительству туристической инфраструктуры.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ведущими учеными были исследованы и применены несколько научно-методических подходов к рассмотрению развития туристической инфраструктуры [1]. Так, В.Ф. Архипова [2], М.В. Виноградова и П.И. Солдатов [3] изучали развитие туристической инфраструктуры с позиции управления и организации. Б.О. Лазарева, А.Д. Чудновский, Н.Л. Перекрестова, Г.А. Брагин, В.И. Акимова и др. рассматривают туристическую инфраструктуру с позиции транспортно-логистического обеспечения туризма. Территориальная организация туристической инфраструктуры представлена в работах М.П. Комарова, А.С. Левизова, И.Г. Лимонина, Л.П. Таран и С.И. Яковлевой [4]. Несмотря на значительный вклад ученых, остаются мало изученными структурные составляющие развития туристической инфраструктуры и его информационное обеспечение.

Постановка задания. Целью работы является систематизация структуры информационного поля в контексте строительства туристической инфраструктуры. Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- выполнить аналитический обзор аспектов, которые формируют информационное пространство строительства туристической инфраструктуры;
- выявить уровни информационной поддержки строительства туристической инфраструктуры;
- классифицировать особенности туристического бизнеса;
- сгруппировать влияние факторов, определяющих объем туристического спроса.

Изложение основного материала исследования. В современном мире любой процесс и объект сопровождаются большим количеством информации. Рассматривая строительство туристической инфраструктуры, стоит отметить, что весь спектр информации, которая

сопутствует строительству, нуждается в систематизации и структуре информационного поля.

Проблемы рынка туристических услуг на территории Украины связаны в первую очередь с неразвитой инфраструктурой. Имея в своем арсенале такой ресурс, как богатое культурно-историческое наследие, социально-экономическая система пока не в состоянии обеспечить достаточными материальными активами сферу туристических услуг.

Деятельность строительных предприятий, задействованных в процессе строительства туристической инфраструктуры, характеризуется тесными экономическими, техническими и технологическими связями и функциональным единством в получении конечного результата. Эти взаимосвязи формируют определенную структуру информации, которую необходимо систематизировать по уровням. С одной стороны, информация должна быть всеобъемлющей, т. е. достаточно массивный диапазон. С другой стороны, информация должна учитывать специфику процесса строительства и туристической инфраструктуры. Поэтому логично предположить, что структура информации, содержащая все эти компоненты, должна быть структурирована по следующим уровням (рис. 1).

Туристический бизнес – это единственная экономико-технологическая система разработки и реализации различных туристических продуктов и услуг. Автором классифицированы основные особенности туристического бизнеса для выявления характеристик информационного поля (рис. 2).

Рынок туристических услуг имеет определенный экономический смысл. Результат всей деятельности инфраструктуры сводится к туристическому продукту, на который влияет огромное количество факторов. В табл. 1 представлены факторы, которые определяют объем туристического спроса.

Главные принципы и требования, определяющие назначение туристических услуг, ориентированных на потребителя, а также возможности предприятия, должны согласовываться в соответствии с требованиями рынка. Туристическая инфраструктура тесно связана с рынком.

Информация потребительских туристических услуг изучаются в целом на основе использования трех подходов:

- с помощью анализа вторичной информации;
- путем исследования мотивации и поведения потребителей;
- путем анализа выпускаемой продукции (услуг).

При проведении исследований, если не представляется возможным получить надежную и количественную информацию на основе любого из выше рассмотренных подходов, нужно использовать параллельно все три подхода. Таким образом, будут представлены средневзвешенные оценки, полученные разными путями из различных источников. То есть возможно

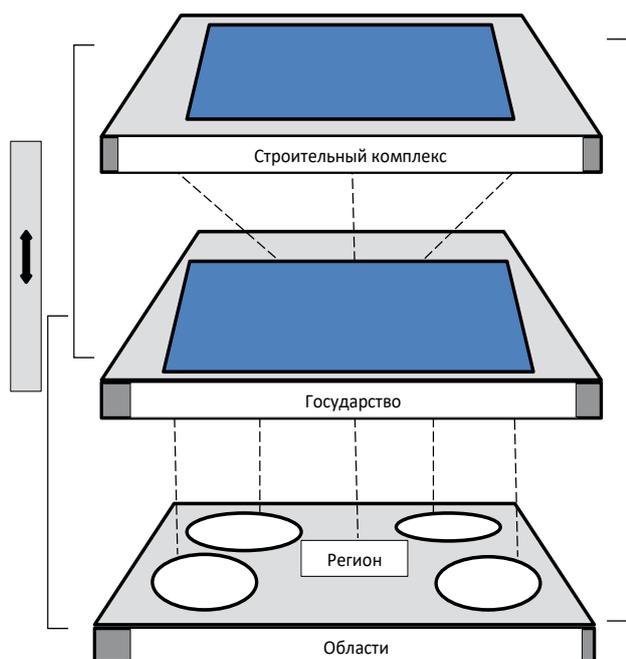


Рис. 1. Уровни структуры информационного поля строительства туристической инфраструктуры

определить информационный индикатор, учитывающий средний коэффициент вторичной информации (\bar{x}) и средний коэффициент предоставления услуг (\bar{y}).

$$\left. \begin{aligned} \bar{x} &= \frac{\sum x_i \times f_i}{\sum f_i} \\ \bar{y} &= \frac{\sum y_i \times f_i}{\sum f_i} \end{aligned} \right\}, \tag{1}$$

где x_i – вторичная информация; f_i – количество источников информации; y_i – вид туристической услуги.

Соотношение среднего коэффициента вторичной информации и среднего коэффициента предоставления услуг можно назвать информационным индикатором и записать следующим образом:

$$Инфо. = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \tag{2}$$

Привести информацию к сопоставимому виду целесообразно через стандартизацию данных.

Сущность, качественное своеобразие строительной системы можно рассматривать с различных точек зрения [5]:

1. С технологической точки зрения строительная система существует объективно при любой форме управления.

2. С точки зрения управления строительная система существует как организация процессов регулирования строительной деятельности, которая осуществляется на уровне регионов.

Строительная система характеризуется тем, что внутренние связи между составляющими ее элементами

Особенности туристического бизнеса	1.	Неосвязаемость. Туристические услуги не являются материальными, так как относятся к социально-культурным и определяются деятельностью исполнителя услуг.
	2.	Комплексное использование различных видов рекреационных ресурсов одновременно.
	3.	Зависимость объема услуг от масштаба территорий и от обслуживающего персонала.
	4.	Неразрывность производства и потребления. Так как услуга является результатом постоянного взаимодействия производителя и клиента, то процесс предоставления туристической услуги (производство) происходит одновременно с потреблением.
	5.	Зависимость учреждений туристических комплексов от рекреационных местностей.
	6.	Невозможность хранения туристической услуги. Жизненный цикл туристической услуги требует тщательного изучения рынка, соответствия спроса и предложения.

Рис. 2. Особенности туристического бизнеса

Таблиця 1. Фактори, определяющие объем туристического спроса

№	Факторы, определяющие объем туристического спроса	Пояснение	Влияние «+» позитивное; «-» негативное
1.	демографические ограничения	Объем туристического спроса определяет численность населения. Для того чтобы спланировать потребление туристами предложенных благ и услуг, кроме общей численности людей, нужно учитывать их состав. Динамика численности населения определяется непосредственно соотношением рождаемости и смертности.	«-» негативный
2.	временное ограничение	Использование рекреационных благ и услуг происходит только в пределах свободного времени. Главной предпосылкой для увеличения использования туристических услуг является увеличение количества времени, которое человек может потратить на удовлетворение туристических потребностей.	«-» негативный
3.	бюджетное ограничение	Бюджетное ограничение определяет выбор тех вариантов товаров и услуг, которые турист может позволить себе приобрести по своему бюджету. Объемы спроса на туристические услуги соответствуют их альтернативной стоимости и платежеспособности потенциальных клиентов.	«-» негативный

значительно устойчивее связей с внешней средой, то есть сама система при взаимодействии с внешней средой выступает как единое целое. Система как целостное понятие характеризуется такими категориями, как часть и целое, необходимость и достаточность, форма и содержание. Эти категории помогают раскрыть основную сущность подхода к строительству как целостной системе. Крупные строительные системы являются сложноорганизованными, и как сложноорганизованное целое эти системы не могут быть сведены к сумме составляющих их частей. Объединение разнообразных элементов в границах целостной системы имеет количественную и качественную стороны, представляя собой единство многообразного. Следовательно, все элементы системы объединены достижением единой народнохозяйственной или локальной цели.

Строительная система, представляющая собой единое целое, очевидно, должна характеризоваться организационным и экономическим признаком.

Организационный признак заключается в том, что строительная система представляет собой определенный уровень в иерархии управления, имеет хозяйственную самостоятельность и единый руководящий центр.

Экономический признак проявляется в единстве экономической деятельности в достижении единых (увязанных) экономических показателей для всех составляющих систему элементов.

При этом необходимым и важным признаком целостности строительной системы является единство ресурсного обеспечения. Под ресурсным единством понимается обеспечение строительства ресурсами в таком ассортименте и количестве, которые необходимы и потребляются в процессе выпуска готовой строительной продукции, то есть предметы труда, труд, услуги.

Подход к строительству как к целостной системе предусматривает решение проблем проектирования, формирования и развития организаций строительства.

Анализируя спектр составляющих строительной системы (рис. 3), следует логичное предположение, что каждый элемент составляет часть от общего. В таком случае возможно определить: коэффициент влияния (КВ); коэффициент масштаба деятельности (КМ); коэффициент иерархичности (КИ) каждого элемента.

Эти показатели позволят охарактеризовать связи строительной системы. Формализовано данное пред-

положение можно записать в виде следующих коэффициентов:

$$KB = \frac{D1}{OO} \tag{3}$$

$$KM = \frac{D2}{OO} \tag{4}$$

$$KI = \frac{D3}{OO}, \tag{5}$$

где OO – общий объем; Д – доля участия.

Строительство туристической инфраструктуры предусматривает его рассмотрение в качестве целостной системы, состоящей из макро- и микроуровней. Соответственно, такой системе присущи признаки макро- и микроуровня.

Рассмотрение строительства с такой позиции позволяет решать следующие вопросы:

1. Разрабатывать и планировать макроструктуру.
2. На основе макроструктуры разрабатывать микроструктуру с производственной подсистемой.
3. На основе производственной подсистемы разрабатывать отдельные звенья и территориальную схему управления строительством.

Выводы из проведенного исследования. Информация, сопровождающая строительство туристической инфраструктуры, содержит уровень строительного комплекса, уровень государственного управления и уровень регионального управления.

Информация, сопровождающая функционирование туристического бизнеса и, соответственно, туристической инфраструктуры, характеризуется особенностями туристического бизнеса. К таким информационным особенностям относятся: комплексное использование различных видов рекреационных ресурсов; зависимость объема услуг от масштаба территорий; неразрывность производства и потребления туристических услуг.

Структура информационного поля в сфере строительства туристической инфраструктуры должна содержать:

- данные о потенциальных возможностях строительной индустрии;
- данные о программах строительства туристических объектов;
- данные о временных и бюджетных ограничениях, т. к. они оказывают негативное влияние.

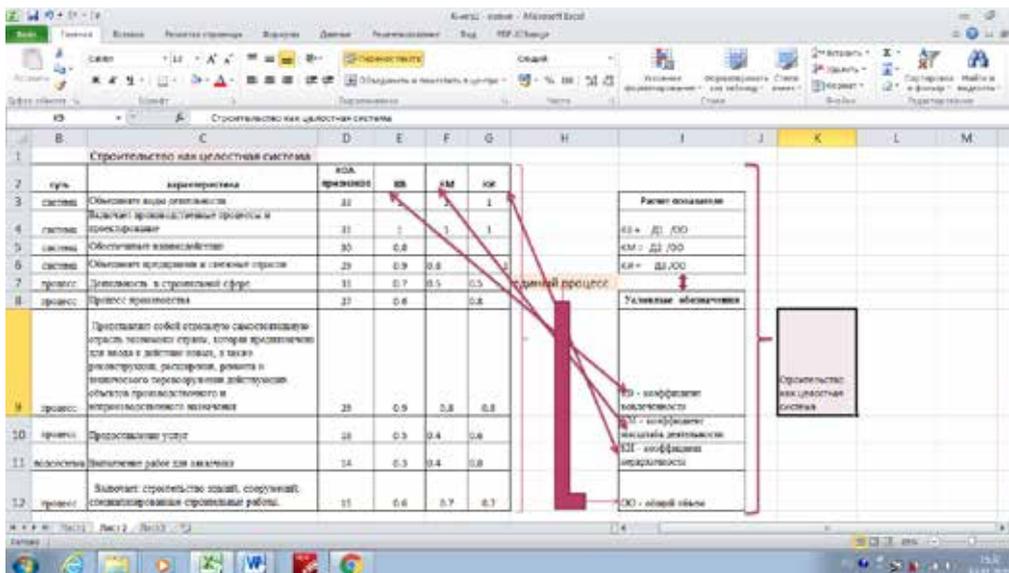


Рис. 3. Состав строительной системы

Список использованных источников:

1. Косманев А.Л. Туристская инфраструктура в региональных исследованиях *Вестник ВГУ. Серия «География. Геоэкология»*. 2012. № 2. С. 5–12.
2. Архипова В.Ф., Левизов А.С. Об инфраструктуре как определяющем факторе развития туризма в регионе *Проблемы развития региональных социально-экономических систем* : материалы междунар. науч. конф. Владимир, 2006. С. 42–44.
3. Виноградова М.В., Солдатов П.И. Инфраструктура туристского комплекса. *Вестник Томского государственного университета*. 2009. С. 264–270.
4. Яковлева С. И. Инфраструктурные системы. *Территориальное развитие и управление*. Тверь : Сивер, 2002. 200 с.
5. Залунина О.М. Строительство как целостная система. *Eurasian scientific congress. Abstracts of the 1st International scientific and practical conference*. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain, 2020. P. 567–571. URL : <http://sci-conf.com.ua>.

References:

1. Kosmanev A.L. (2012) Turistskaya infrastruktura v regionalnykh issledovaniyakh [Tourism infrastructure in regional studies]. *Vestnik VGU, seriya: geografiya. Geoekologiya*. vol 2. pp. 5-12.
2. Arhipova V. F., A. S. Levizov A.S. (2006) Ob infrastrukture kak opredelyayuschem faktore razvitiya turizma v regione [On infrastructure as a determining factor in the development of tourism in the region]. *Problemyi razvitiya regionalnykh sotsialno-ekonomicheskikh sistem: materialyi mezhdunar. nauch. Konf.* pp. 42-44.
3. Vinogradova M. V., Soldatov P.I. (2009) Infrastruktura turistskogo kompleksa [The infrastructure of the tourist complex]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. Vol 2. pp. 264- 270.
4. Yakovleva S. I. (2002) Infrastrukturnyie sistemyi [Infrastructure Systems]. *Territorialnoe razvitie i upravlenie*. Tver. Siver.200 p.
5. Zalunina O.M. (2020) Stroitelstvo kak tselostnaya sistema [Construction as a holistic system] *Eurasian scientific congress. Abstracts of the 1st International scientific and practical conference*. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain.. pp. 567-571. URL:<http://sci-conf.com.ua>.

E-mail: olvialavina@gmail.com