

УДК 004:338.48

Желєзняк А.М., к.е.н, Костецький О.М., к.ф.-м. н. ©*Львівський національний аграрний університет*

ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА В ДІЯЛЬНОСТІ АГРОТУРИСТИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

В статті розглянуто засади інформаційного забезпечення агротуристичної діяльності, сформовані вимоги до інформаційної системи у сфері агротуризму.

***Ключові слова:** інформаційна система, агротуризм, інформаційна база, розвиток, ресурси.*

Постановка проблеми: Львівська область як регіон характеризується сприятливим поєднанням природно-кліматичних, культурних, рекреаційних ресурсів, що стимулюють розвиток як туристичної діяльності загалом, так і агротуризму зокрема. В умовах інтенсивного розвитку туристичного ринку України, зростання кількості іноземних туристів, зацікавлених у вітчизняному туристичному продукті, питання підвищення конкурентоспроможності цих послуг стає більш ніж актуальним. Немаловажливу роль у забезпеченні успішного функціонування будь-якого підприємства відіграє інформаційна система, яка використовується керівництвом підприємства для прийняття управлінських рішень. Агротуристичні господарства, як і інші господарства населення, рідко в своїй діяльності використовують власні інформаційні системи для ведення агротуристичної діяльності та обліку надання послуг. Тому актуальним питанням на сьогоднішній день залишається інформаційне забезпечення розвитку агротуризму та шляхи його вдосконалення.

Аналіз основних досліджень. Останніми роками проблематика розвитку агротуристичної діяльності є базою для багатьох наукових досліджень як на теренах України, так і за її межами. Питання сутності агротуризму, його значення, передумов та чинників ефективного розвитку стали предметом наукових досліджень вітчизняних вчених В. Васильєва, П. Горішевського, Ю. Губені, Ю. Зінька, Г. Іваницької, Н. Кудли, М. Мальської, І. Прокопи, К. Прокопишак, М. Рутинського, П. Саблука, Т. Ткаченко, М. Товта, Г. Черевка та інших. Оскільки законодавчо поняття „агротуризм” в Україні не закріплене, відповідно й агротуризм у вітчизняній науці і практиці, в основному, трактується як складова частина сільського туризму, тобто з позицій туризмології. Разом з тим, інформаційне забезпечення агротуристичної діяльності в цих дослідженнях є недостатньо розкритим.

Мета статті Визначити особливості формування інформаційної системи агротуристичного господарства, на основі чого розробити заходи щодо покращення інформаційного забезпечення на перспективу.

Виклад основного матеріалу. Процеси управління, які забезпечують успішність будь-якого підприємства, спрямовані на забезпечення його

конкурентоспроможності та розвитку організації, тому повинні регулювати поточну діяльність, вирішувати коротко- та довгострокові цілі. У зв'язку з необхідністю формалізації досить складних за своєю структурою та технологією виконання менеджмент-процесів на підприємстві виникає потреба у впровадженні сучасної інформаційної системи менеджменту.

Аналіз існуючих інформаційних систем на сучасних сільськогосподарських підприємствах виявив, що ефективні інформаційні системи менеджменту використовуються переважно в великотоварних сільськогосподарських підприємствах, агрохолдингах або вузькоспеціалізованих профільних господарствах (птахофабриках, свинофермах тощо). З іншої сторони, ряд невеликих за розмірами вузькоспеціалізованих підприємств у сільському господарстві, у тому числі, господарства населення відчувають труднощі з використанням інформаційних систем, які здебільшого стандартизовані та уніфіковані. До цієї категорії можна віднести і ті господарства, що надають агротуристичні послуги.

Загалом туристична сфера є інформаційно насиченою, оскільки більшість компаній, які надають послуги в туристичній галузі, враховуючи особливості своєї діяльності, змушені підтримувати ділові контакти з партнерами інших регіонів, іноземними партнерами, враховувати високу конкуренцію в галузі та технічну сторону в наданні послуг та роботі з індивідуальним споживачем. Сьогодні в туризмі широко застосовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи і т.д. Найбільш глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Sabre, Galileo, Wordspam [1, С.132]. Такі системи утворюють загальну інформаційну систему, яка пропонує розподільчі мережі для всієї туристичної галузі. Більшість українських агротуристичних господарств, на відміну від класичних представників туристичної галузі, випадають з загальної інформаційної системи, що ускладнює процеси роботи з клієнтами, використання посередницьких можливостей в напрямку збуту туристичного продукту. Не завжди доцільно і можливо використовувати такими господарствами типові для туристичної галузі програмні продукти «Мастер-Тур», «Само-Тур», «Парус-Турагенство» тощо. Однією з причин такої ситуації є низька обізнаність і поінформованість власників агроосель про можливості та необхідність автоматизації обслуговування туристів, роль і місце маркетингу в наданні послуг у сфері агротуризму.

Як показав проведений аналіз та опитування власників агроосель Львівської області, в тому числі і Сколівському районі, який виділяється загальною динамікою розвитку агротуризму, більшість власників агроосель використовують у своїй діяльності лише зовнішні джерела та інформаційні ресурси, пов'язані з туристичною галуззю. Основною причиною, яка перешкоджає запровадженню та використанню інформаційних систем в роботі зі споживачами туристичних послуг є: низька комп'ютеризованість агроосель, брак позитивного досвіду інших власників агроосель, психологічний та віковий бар'єр, нерегульованість та тінізація ринку.

Найбільш поширеними варіантами використання інформаційних технологій як засобу впливу на просування агротуристичного продукту на сьогодні виступає Інтернет, електронна пошта та мультимедійні диски. Основними напрямками використання глобальної мережі власниками агроосель є: електронна презентація агрооселі на веб-сторінках місцевих туристичних компаній, місцевих селищних рад, організацій, спеціалізованих ресурсах; отримання оперативної інформації про послуги конкурентів, ціни і тарифи в готелях регіону, туристичні об'єкти регіону, розклад залізничного транспорту тощо; співпраця з професійними організаціями та спілками, інформаційними агентствами в сфері туризму; вивчення іноземного досвіду у сфері агротуризму; пошук інформації про виставки, фестивалі тощо.

У XXI ст. 2/3 ринку збуту європейського агрорекреаційного продукту реалізується через глобальні системи комп'ютерного підбору й подальшого бронювання агрооселі, інформацію про яку пересічний споживач отримує з мережі Інтернет. В Україні ситуація дещо інша. Використання глобальних систем носить скоріше рекламний або ж інформаційний характер, і прямих продаж засобами Інтернет та з використанням електронних грошових розрахунків не здійснюються. Механізм бронювання через глобальну мережу здійснюється за рахунок контактної інформації, розміщеної на сторінках агроосель або спеціалізованих ресурсів, що створює певні труднощі для власників агроосель, оскільки носить елемент ризику, як і для самих господарств, так, і унеможлиблює плідну співпрацю з гуртовими покупцями (наприклад, літні школи, організатори конференцій, тренінгові центри, іноземні турагенти тощо).

За даними досліджень експертів служби «monitoring.com.ua», більшість українських користувачів мережі – це люди, які працюють, співробітники фірм, що мають доступ до мережі на роботі. Середній користувач мережі має вищу освіту (60%), вік від 20 до 44 років (55%), має родину і дітей (65%) і має прибуток понад 80-100 доларів на місяць на члена родини (38%). Враховуючи традиції українського населення стосовно «вихідних в сільській місцевості», активне використання мережі Інтернет може сприятливо вплинути на зростання обсягів надання послуг агротуристичними оселями. Ефективність бронювання у сфері сільського туризму з використанням інформаційної технології доведена на прикладі найбільш дієвої глобальної інформаційної системи бронювання сільського туризму й агротуризму в усіх регіонах світу (<http://www.allrural.com>). Ця електронна система, згідно з її звітами, уже забезпечує практично 7% світових продажів агротуристичних послуг.

Однак перспективи використання інформаційних технологій в агротуристичній діяльності – це не лише маркетинговий інструмент, направлений на зростання обсягів надання послуг та поліпшення роботи з клієнтами. Власник агрооселі в ході виконання власної діяльності за допомогою ефективної інформаційної системи може вирішити питання обробки даних про стан внутрішнього середовища господарства (ведення домашньої бухгалтерії), обробку відомостей про стан зовнішнього середовища (аналіз ринку, конкурентів на ринку, інфраструктуру ринку), використання моментів планування (зокрема в пік сезонної активності в галузі). Застосування

інформаційних систем в агротуризмі є значно ширшим за можливості пошуку баз агротуристичних осель через мережу Інтернет. Мова йде про інформаційні системи маркетингових комунікацій в агротуризмі, які можуть працювати як на виробників агротуристичних послуг, так і на їх споживачів. Найбільш поширеним зовнішнім ресурсом для власників агроосель та туристів в Західній Україні є офіційний сайт "Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму" - <http://www.greentour.com.ua>, де можна отримати інформацію не лише про агросадиби конкретного регіону, а й інформацію щодо законодавчої бази та нових проектів, навчання відповідних фахівців; систему бронювання місць; міжнародну діяльність і безліч інших новин, пов'язаних із туризмом сільської місцевості.

Висновки. Щоб туристичний продукт мав успіх серед споживачів, якими виступають не лише українське населення, а й бажаючі відпочити із сусідніх зарубіжних країн, необхідно на сучасному етапі розвитку сільського зеленого туризму більш активно розширювати сферу наданих послуг через застосування новітніх інформаційних технологій (Інтернет, веб-сайти, портали) та комунікацій з використанням представлення інформації в англійській мові.

Підвищення використання інформаційних систем та ресурсів в діяльності агротуристичних осель під час ведення діяльності та роботи з клієнтами і бізнес-партнерами може сприяти створенню позитивного туристично-рекреаційного іміджу регіону та покращувати їх власну ефективність. Розвиток агротуризму потребує і відповідної державної підтримки, яка передусім повинна охоплювати законодавче обґрунтування такої діяльності та інформаційно-промоційне її забезпечення.

Література

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. - № 2(6). – С. 129-138.
2. Липчук Н. Особливості та стратегії агротуристичного продукту / Н.В. Липчук // Вісн. Львів. держ. аграр. ун-ту: Економіка АПК.- 2006. – № 13.- С.528-531.
3. Вачевський М.В. Розвиток рекреаційної сфери в Карпатському регіоні / М.В. Вачевський, О.М. Свінцов, В.Ф. Кузнецов // Український бальнеологічний журнал. – 2001. – №1. – С.99-104.
4. Кудла Н. Є. Механізм категоризації сільських садіб у розвитку зеленого туризму / Н. Є. Кудла // Економіка АПК. – 2010. – № 8. – С. 100-105.

Summary

Abstract: In the article the principles of information provision of agro formed requirements for information systems in agro-tourism.

Key words: *information System, rural tourism, information base, development, resources.*

Рецензент – д.е.н., в. о. проф. Пуцько Б.М.