

УДК 351.354:303.094.7

М.Ю. Дітковська, канд. держ. упр., доцент

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ГАЛУЗЗЮ

У статті проведено дослідження інформаційного забезпечення туристичної галузі Чернігівської області, аналіз функціонування туристичних фірм та туристичного інформаційного центру управління стратегічного розвитку міста і туризму Чернігівської міської ради. Розглянуто роль глобальних комп'ютерних мереж у розповсюдженні туристичної інформації. Запропоновано шляхи створення і підтримки веб-сайту (представництва в мережі Інтернет) регіонального туристичного інформаційного центру.

В статье проведено исследование информационного обеспечения туристической отрасли Черниговской области, анализ функционирования туристических фирм и туристического информационного центра управления стратегического развития города и туризма Черниговского городского совета. Рассмотрена роль глобальных компьютерных сетей в распространении туристической информации. Предложены пути создания и поддержки веб-сайта (представительства в сети Интернет) регионального туристического информационного центра.

Research of the informative providing of tourist industry to the Chernihiv area is conducted in the article, analysis of functioning of tourist firms and tourist informative center of management strategic development of city and tourism of Chernihiv city advice. The role of global computer networks is considered in distribution of tourist information. The ways of creation and support of web site (representative offices in a network the Internet) of regional tourist informative center are offered.

Постановка проблеми. Індустрія туризму є одним з найбільших споживачів телекомунікаційних технологій і має в своєму розпорядженні один з найбільш високих рівнів комп'ютерної оснащеності. Інформація, що використовується в туризмі, дуже чутлива до часу, оскільки дуже часто в ній змінюються дати, події, розклади і тому подібне, а також ця інформація має бути своєчасною та доступною. Туристичний продукт має велику кількість складових: транспорт, мешкання, розваги, які також вимагають швидкої доставки інформації для координування їх постачання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання досліджень туристичної галузі знайшли своє відображення у наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних учених, таких як В. Азара, К. Борисова, Дж. Боузна, В. Главацького, Л. Гринів, М. Долішнього, В. Євдокименка, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. Кифяка, Ф. Котлера, В. Кравців, О. Любіцевої, Дж. Майкенза, В. Мацоли, А. Мельник, В. Мікловди, Н. Недашківської, М. Нудельмана, В. Павлова, Г. Папіряна, М. Пітюлича, В. Сеніна, С. Харічкова, О. Шаблія, І. Школи та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні процес використання інформаційних технологій у галузі туризму на регіональному рівні мало-ефективний. Тому дослідження функціонування інформаційних систем для надання туристичних послуг та розробка рекомендацій щодо удосконалення інформаційних систем у галузі туризму є особливо актуальними.

Цілі статті. Метою цієї роботи є дослідження інформаційного забезпечення туристичної галузі на регіональному рівні і розроблення пропозицій щодо його удосконалення.

Об'єктом дослідження цієї роботи є процеси формування і розвитку інформаційного забезпечення туристичної галузі в Чернігівській області.

Предметом дослідження є теоретичні положення та прикладні підходи до вдосконалення інформаційного забезпечення туристичної галузі на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу. Туризм пов'язаний з торгівлею послугами. Ці послуги комплексні, різноманітні й інтегровані. Крім того, туристичні послуги інформаційно-насичені. Тому туризм як галузь ідеально підходить для застосування інформаційних технологій.

Виробники туристичних послуг функціонують усередині структури, що складається з урядових і комерційних організацій, торгових асоціацій, таких як, готелі, авіакомпанії, туристичні агенції тощо. Є певні категорії постачальників – це фірми, що займаються орендою автомобілів, обслуговуванням туристичних зон відпочинку, туристичні оператори, туристичні агенти. Споживачами цих послуг є туристи.

Інформація в цій системі з'єднує постачальників туристичних послуг в єдину систему. Вона є сполучною ланкою, яка пов'язує в єдине ціле різних постачальників у рамках єдиної туристичної галузі. Особливістю туризму є те, що взаємозв'язок між виробниками та постачальниками здійснюється не товаром, а потоками інформації [4].

До сфери туристичного бізнесу належать рекламні фірми, заклади, що готують кваліфіковані кадри, підприємства з виробництва та продажу товарів туристичного попиту. З туризмом пов'язані і галузі, для яких обслуговування туристів не є основним видом діяльності – підприємства культури, торгівлі та ін. Велика кількість прямих і опосередкованих учасників туристичної галузі вимагає скоординованих дій та постійного обміну інформацією. Сполучною ланкою, що тримає різних виробників у рамках туристичної галузі, є інформація.

Інформація є стратегічним ресурсом, що вимагає державного регулювання інформаційної діяльності. В Україні існує нормативно-правова база цієї діяльності. Основні положення стосовно інформатизації викладені в Конституції України. Статті 17 і 31 гарантують інформаційну безпеку, таємницю листування, телефонних розмов, телеграфної та іншої кореспонденції. Стаття 32 гарантує судовий захист, право спростовувати недостовірну інформацію, право вимагати вилучення інформації, право на відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої недостовірною інформацією. Стаття 34 гарантує свободу думки і слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань. Стаття 50 гарантує вільний доступ до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту.

Закон України “Про інформацію” [1] закріплює право громадян України на інформацію, закладає правові основи інформаційної діяльності. Закон стверджує інформаційний суверенітет України і визначає правові форми міжнародного співробітництва в галузі інформації. Закон України “Про Національну програму інформатизації” визначає загальні засади формування, виконання та коригування Національної програми інформатизації. Закон України “Про телекомунікації” [2] визначає забезпечення повсюдного надання телекомунікаційних послуг достатнього асортименту, обсягу та якості шляхом обмеженого регулювання ринкових відносин для сприяння ефективному функціонуванню відкритого і справедливого конкурентного ринку. Закон визначає засади захисту прав споживачів та контролю за ринком телекомунікацій з боку держави. Нормативне забезпечення процесів інформатизації в Україні дозволяє формувати інтегровані інформаційні системи у сфері надання туристичних послуг.

Інформаційні системи, що використовуються в туризмі, мають складові: резервування, проведення телеконференцій, інформаційні системи управління, інформаційні системи авіаліній, фінансові інформаційні системи, телефонні мережі і т. ін. Ця система технологій розгортається не кожним виробником туристичних послуг окремо, а усіма ними. Таким чином, у туристичній індустрії функціонує система інтегрованих комп'ютерних і комунікаційних технологій [6].

Велике значення має мережа Інтернет, сайти якої пропонують користувачам опис туристичних центрів, туристичних послуг, віртуальні подорожі. Тому Інтернет – це система, яка необхідна для роботи туристичних організацій.

На Чернігівщині понад 200 пам'яток історії та архітектури мають світове значення. Чернігівщина має значні рекреаційні ресурси і високу потенційну рекреаційну привабливість. На Чернігівщині виділяється три райони з високою (Чернігівський, Ріпкинський, Новгород-Сіверський) та п'ять районів із середньою (Козелецький, Прилуцький, Борзнянський, Менський та Щорський) природно-рекреаційною, а також п'ять районів зі значною культурно-рекреаційною привабливістю (Чернігівський, Ніжинський, Ічнянський, Бахмацький та Новгород-Сіверський) [3, с. 62].

Основою туристично-рекреаційної сфери Чернігівщини є наявність та поєднання природних і культурно-історичних ресурсів. В області функціонують 13 санаторіїв і будинків відпочинку, численні профілакторії, бази відпочинку, дитячі табори, мисливські і рибальські бази, водні станції, пляжі, лісопарки [7, с. 3]. До послуг відпочиваючих та туристів: наші цілющі мінеральні води, бішофіти, широкий арсенал фітопрепаратів. Усе більш популярним у нашому регіоні стає сільський та зелений туризм.

Наданням туристичних послуг в області станом на 01.01.2011 року займаються 74 підприємства, що мають ліцензію Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України на здійснення діяльності з організації міжнародного та внутрішнього туризму, а також екскурсійної діяльності. Значна кількість фірм області займаються відправкою з Чернігівщини туристських груп до інших країн світу. Кількість виїжджаючих за кордон постійно збільшується. Значна частина потоку туристів з нашої області потрапляє в Росію та Туреччину [5, с. 1]. Переважаючим серед них є «бізнес-туризм».

Основна мета перебування туристів у Чернігівській області – отримання лікувально-оздоровчих та екскурсійних послуг. Розвиток іноземного туризму значною мірою стримується слабкістю матеріально-технічної бази туристичної галузі, починаючи від стану транспортних засобів і доріг і закінчуючи відсутністю висококласних готелів, кемпінгів, автостоянок, ресторанів тощо.

Існуюче програмне забезпечення управління туристичною діяльністю дозволяє вирішувати різні завдання, як-то складання бізнес-плану, компонування передбачуваних турів, управління готелем, при тому, що керівник має можливість коригувати найрізноманітніші фактори за допомогою комп'ютера. На жаль, на даному етапі розвитку туризму в регіоні спеціальні комп'ютерні програми використовуються в роботі невеликої кількості чернігівських туристичних фірм. Є певні недоліки й у використанні сучасних Інтернет-технологій. Ряд чернігівських фірм, що працюють у галузі туризму, створили свої сайти та зареєстрували їх у різних регіональних та всеукраїнських Інтернет-каталогах. До позитивних зрушень у галузі використання Інтернет-технологій відносяться зміни у дизайні та структурі сайтів, що стали значно привабливішими візуально та зручнішими структурно.

Туристичні сайти інколи дають неповну інформацію про місцезнаходження об'єктів, також інформація про вартість послуг буває застарілою та неточною. Стримуючим фактором розвитку є також відсутність державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, про ціни, тарифи та ін. Одним із основних елементів як національних, так і регіональних туристичних стратегій повинна стати ефективна організація роботи інформаційних туристичних центрів. У Чернігові туристично-інформаційний центр функціонує як підрозділ управління стратегічного розвитку міста і туризму Чернігівської міської ради з березня 2008 року. Однак у своїй діяльності, з причини відсутності чіткої держа-

вної політики, він стикається зі значними труднощами. Зокрема, через недосконалість норм у галузі державної статистики фактично неможливо виробити чітку маркетингову стратегію. У той же час прикордонне розташування Чернігівської області конче потребує позитивного вирішення питання функціонування регіонального туристично-інформаційного центру та туристично-інформаційних пунктів на обласному рівні.

Туристично-інформаційний центр управління стратегічного розвитку міста і туризму Чернігівської міської ради надає комплексну туристичну інформацію про Чернігівську область та місто Чернігів:

- 1) інформацію туристичного і побутового напрямку;
- 2) про функціонування громадського транспорту, маршрутів сполучення по Чернігову, передмістю та міжміське сполучення;
- 3) інформацію про культурні і спортивні заходи;
- 4) туристичні консультації;
- 5) бронювання місць проживання, надається допомога у виборі готелю або іншого місця проживання і, по можливості, бронювання місць;
- 6) допомогу в замовленні послуг екскурсодів і гідів. Пропонуються групові автобусні і піші екскурсії по Чернігову і передмістю, а також екскурсії на замовлення, індивідуальні тури, тури вихідного дня;
- 7) допомогу у замовленні оренди транспорту;
- 8) загальну інформацію про туристично-рекреаційний потенціал Чернігова та області.

Удосконалення роботи туристичної галузі на регіональному рівні повинно відбуватися шляхом створення регіонального туристично-інформаційного центру, який дозволить би зняти проблему відсутності єдиного центру збору, опрацювання та аналізу інформації про туристично-рекреаційні можливості та потенціал Чернігівської області та міста Чернігова. Такий центр дозволить створити єдину інформаційну базу в туристичній галузі регіону, єдину стратегію, концепцію позиціонування регіону на ринку туристичних послуг, туристичний бренд регіону.

Створення веб-сайту такого туристично-інформаційного центру (представництва в мережі Інтернет) обумовлене зацікавленістю до відвідування території Чернігівщини вітчизняними та закордонними туристами. Назва сайту повинна бути змістовною, легко сприйматися на слух, запам'ятовуватися та бути простою до запису. Збіг адреси веб-сайту з назвою центру дозволить забезпечити просування імені (бренду) регіону в Інтернеті.

Оскільки робота туристичного інформаційного центру передбачає відкритість для будь-яких контактів, то найбільш перспективним варіантом є реєстрація сайту в міжнародній зоні. Реєстрація в зоні Ua, дає можливість відвідувачам зрозуміти географічну прив'язку. Сервер з таким закінченням безперешкодно індексується українськими пошуковими системами. Веб-сайт бажано зареєструвати в двох зонах – українській і міжнародній – Com, Net, Org.

Треба зазначити і те, що до доменної зони Info, яка на перший погляд найкраще підходить для сайту туристично-інформаційного центру, пошукові системи ставляться з певним упередженням через демпінгову політику цін, яка була притаманна цій зоні, та велику кількість сумнівних сайтів. Для реєстрації в зоні Ua, туристичний інформаційний центр повинен мати офіційно зареєстрований знак щодо надання товарів та послуг (торгову марку).

Головною складовою просування сайту в рейтингах пошукових систем є оптимізація сайту. Оптимізація пошукової системи SEO (Search Engine Optimization) застосовується в усьому світі та є корисним інструментом для розповсюдження інформації через Інтернет. Якщо сайт не є оптимізованим під пошукові системи, він не зможе увійти до

рейтингу, а це рівнозначно тому, що його не існує. У процесі оптимізації вивчається і аналізується технічний бік сайту та його вміст.

Основні напрямки роботи з удосконалення і підтримки веб-сайту такі:

– пошукова система повинна враховувати параметри сайту при обчисленні його релевантності (ступені відповідності введеному запиту);

– система повинна проводити семантичний аналіз тексту, щоб відсіяти пошуковий спам, коли ключове слово зустрічається дуже часто (більше 7-8 відсотків від всього вмісту) або дуже рідко (1-3 %) на сторінці. Оптимальна щільність ключових слів: 5-7 % від текстового вмісту веб-сторінки, при цьому ключові слова (фрази) повинні зустрічатися в тексті як мінімум 3-4 рази;

– необхідно, щоб були посилання з сайтів схожої тематики.

Для оптимізації необхідно здійснити наступні заходи:

1. Щодо внутрішніх чинників, які знаходяться під контролем власника веб-сайту, необхідно здійснити приведення тексту і розмітки сторінок у відповідність з вибраними запитами, забезпечити поліпшення якості тексту на сайті, стилістичне оформлення тексту (заголовки, жирний шрифт), поліпшити структуру і навігацію, використовувати внутрішні посилання.

2. Щодо зовнішніх чинників, необхідно забезпечити обмін посиланнями, реєстрацію в каталогах та здійснити інші заходи для підвищення і стимулювання кількості та частоти посилань на ресурс.

Пошукова оптимізація може послужити постійним джерелом збільшення кількості відвідувачів (90 % користувачів знаходять нові сайти через пошукові системи; 55 % онлайн покупок і замовлень здійснюються на сайтах, знайдених через пошукові системи). Високий рівень довіри до пошукових систем дозволяє отримати великий відсоток конвертації відвідувачів у покупців, а вартість залучення одного відвідувача мінімальна.

Люди, які потрапляють на сайт через пошукові системи, – це цілеспрямовані користувачі мережі, які вже сформувавши свої інтереси і шукають щось конкретне; саме тому пошукова оптимізація є джерелом найбільш якісних відвідувачів для сайту. Роботи з позиціонування сайту в пошукових системах – це один з найбільш важливих заходів щодо залучення цільової аудиторії.

Слід застосовувати найпопулярніші світові, російські й українські пошукові системи: Meta, Yandex, Rambler, Апорт, Yahoo, Google. Просування веб-сайту туристично-інформаційного центру в цих системах не гарантує його виведення на перші позиції по певному запиту, але обов'язково гарантує збільшення кількості відвідувачів з пошукових систем. До кадрового складу туристично-інформаційного центру повинна входити особа, що проводить роботу з оптимізації веб-сайту (SEO-Manager).

Висновки і пропозиції. Дослідження інформаційного забезпечення системи регіонального управління туристичною галуззю Чернігівської області свідчать, що на цьому етапі розвитку туризму в регіоні сучасні комп'ютерні технології використовує незначна кількість туристичних фірм. Є певні недоліки використанні Інтернет-технологій. Ряд чернігівських фірм, що працюють у галузі туризму, створили свої сайти та зареєстрували їх у різних регіональних та всеукраїнських Інтернет-каталогах, однак переважна більшість сайтів носить рекламно-інформаційний характер. Сайти часто дають неповну інформацію про туристичні об'єкти, а також інформація про послуги буває застарілою та неточною. Існує проблема відсутності єдиного центру збору, опрацювання та аналізу інформації про туристично-рекреаційні можливості Чернігівської області та міста Чернігова.

Для поліпшення системи забезпечення інформацією про послуги, які надають туристичні фірми регіону, необхідне створення регіонального туристично-інформаційного

центру, який повинен надавати комплексну туристичну інформацію шляхом створення і оптимізації власного веб-сайту (представництва в мережі Інтернет).

Дослідження також показали, що при усуненні ряду об'єктивних і суб'єктивних причин та при правильному застосуванні інформаційних технологій не тільки підвищується продуктивність праці у сфері туризму, але і його прибутковість. Співпраця між менеджерами та професійними програмістами стає реальним стимулом до впровадження нових проектів з комп'ютеризації туристичної діяльності. Пропозиції щодо застосування інформаційних технологій у туризмі з використанням глобальних комп'ютерних мереж можуть об'єктивно вплинути на розвиток туристичної галузі в Чернігівському регіоні, підвищити туристичну привабливість Чернігівської області.

Список використаних джерел

1. Про інформацію: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
2. Про телекомунікації: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 12. – Ст. 155.
3. Кравченко Н. Розвиток сталого туризму в Чернігівській області / Н. Кравченко // Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід. – К., 2003. – С. 51-67.
4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С. В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 494 с.
5. Миколаєнко В. Міжнародний форум / В. Миколаєнко // Деснянська правда. – 2005. – 12 квітня. – С. 1.
6. Олійченко І. М. Аналіз інформаційного забезпечення в системі виконавчої влади / І. М. Олійченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 2. – С. 69-72.
7. Повжик Н. Знову осінь мандрівкою пахне / Н. Повжик // Сіверщина. – 1999. – 8 жовтня. – С. 3.