

**РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Мачіха Ірина

студентка

Львівський національний аграрний університет

м. Дубляни

**ПРОСУВАННЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ СУЧАСНИХ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

З кожним роком все більш популярнішим у світі стає агротуризм. Люди стали більш зацікавлені в тому, як виробляються їх продукти харчування. Вони хочуть зустрітися фермерами і переробниками, поговорити з ними про те, що відбувається у виробництві продуктів харчування. Для багатьох людей, які відвідують ферми, особливо дітей, візит означає, що вони вперше бачать джерело їх живлення, чи то молочні корови, чи то кукурудза, яка росте в полі або ж яблуко, яке вони можуть зірвати прямо з дерева. Відпочинок у сільській місцевості все більш популярним стає і в Україні. Традиційно аграрна країна - Україна - має багату сільську культуру (пампушки, борщі, вишиванка). Всі українські імена добре відомі далеко за межами країни. Етнографічне багатство України представлене в музеях сільського життя, які розкидані по всій країні: від Харкова до Львова і від Чернігова до Алушти.

Сільські господарі використовують цей інтерес людей до сільського господарства і готові прийняти гостей у своїй садибах. А практично будь-які запити туристів можуть бути задоволені через ринок туристичних послуг. Проте для просування послуг сільського туризму на ринку, необхідно не тільки створити туристичний продукт, а й надати ефективну інформацію про нього, забезпечити ринком для реалізації. Саме через це сьогодні в галузі агротуризму широкого вжитку набувають інформаційні технології.

У кожному секторі бізнесу сьогодні системи інформаційних технологій роблять "хвилі", вони займають все більш важливе значення у будь-якій роботі. Інформаційні технології дуже позитивно впливають на економіку кожної країни. В індустрії ж агротуризму, позитивний вплив інформаційних технологій є величезним.

Відзначимо, що основні аспекти розвитку сільського зеленого туризму стали предметом дослідження багатьох вчених: М.Й. Рутинський, В.Ф. Кифяк, С.С. Кравцов та ін. Варто відмітити, що розвитку інформаційних технологій досліджує широке коло науковців і практиків. Зокрема В.С.Готинян,

С.В.Мельниченко, Н.С.Пінчук і ряд інших. В.С.Готинян, А.В.Семененко, О.В.Томченко та інші [2;4] з практичної точки зору характеризують можливості застосування сучасних інформаційних технологій в туристичній галузі, їх переваги та недоліки. Однак дослідженню розробки та просування агротуристичного продукту на ринку за допомогою інформаційних технологій приділено недостатньо уваги, що й визначає актуальність теми цього дослідження.

Для розвитку агротуристичної галузі важливим є забезпечення виживання в жорсткій конкурентній боротьбі, що не можливо досягти без сучасних інформаційних технологій. Вищевказаний вид технологій в агротуристичному бізнесі може бути використаний в таких сферах: комунікації, реклама, автоматизація управління, автоматизація обліку, міжнародні системи бронювання місць [1, с.24].

Щодо просування агротуристичного продукту, то слід застосовувати сучасні інформаційні технології для реклами (через Інтернет, веб-сайти, портали); комунікацій (електронна пошта, Інтернет-телефонія, Інтернет-пейджинг) і частково через систему бронювання місць. При цьому використовуючи наступні різновиди використання інформаційних технологій: електронна пошта, мультимедійні диски та Інтернет.

Найперспективнішим напрямом у просуванні агротуристичного продукту є Інтернет. Адже він щорічно забезпечує із збільшенням кількості користувачів відповідно й збільшення потенційних клієнтів, реклама в Інтернеті вимагає невеликих витрат, проте йому властива оперативність передачі та отримання інформації.

Туристичні Інтернет-ресурси є дають можливість швидко знайти інформацію про основні питання агротуристичної галузі різних держав світу, а також інформацію про країну, правила перебування і в'їзду, національні свята, митні і візові правила.

Значну економію часу та засобів дає можливість бронювання споживачем туристичних послуг через Інтернет. Проте до розробки порталів туристичних регіонів треба підходити комплексно, враховуючи те, що вони перш за все представляють регіон у мережі Інтернет і значною мірою сприяють формуванню сприятливого іміджу туристичного регіону [6, с. 397].

Ще одною не менш важливою частиною просування агротуристичного продукту є мультимедійні диски (CD і DVD). Вони мають низьку собівартість, дозволяють розмістити великий обсяг інформації і використовувати різні технології (наприклад відеозйомку, аудіозапис), тим самим значно покращуючи сприйняття інформації. Часто на дисках розміщені посилання на інформаційні портали, на яких користувач може отримати необхідну додаткову інформацію.

Електронна пошта або e-mail маркетинг - один із видів інформаційних технологій, що використовуються для просування агротуристичних послуг. В агротуристичній індустрії цей вид інформаційних технологій широко використовується як засіб комунікації і реклами. Електронної розсилки

недорогі і дозволяють оперативно надавати інформацію клієнтам про новини, нові маршрути, зміни цін і інше, а можливість використання ілюстрацій і наявність посилання на портал значно підвищує їх сприйняття і інформативність. Ще одним не менш важливим позитивним фактором є висока швидкість передачі інформації.

Наявність власного Інтернет-ресурсу вказує наскільки якісним та ефективним є менеджмент, а віртуальні образи, створені за допомогою електронних технологій, впливають на споживачів не менше, ніж телебачення.

Загалом слід створити ефективну національну інформаційну мережу сільського туризму для рекламування послуг і бронювання місць для відпочиваючих.

Використання інформаційних технологій надає можливість підтримувати зв'язок між виробниками агротуристичних послуг, турпосередниками та споживачами сільського туризму. Зрештою, Інтернет поступово активно перетворюється в найбільшого турпосередника між виробниками та споживачами послуг агротуризму.

Список використаних джерел

1. Волков С.Н. Туризм и информатизация общества [Текст]. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 254 с.
2. Готинян В.С. Возможности WEB- та ПС/ДЗЗ-технологій в туризмі [Електронний ресурс] / В.С.Готинян В.С., А.В.Семененко А.В., О.В.Томченко. — Режим доступу : <http://www.pryroda.gov.ua/ua/index.php?newsid=945%20> (дата звернення: 14.12.2013). — Назва з екрана.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст]: Навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. — Чернівці: Книги-XXI, 2003. — 298 с.
4. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. — К., 2005. — 352 с.
5. Томченко О.В. Тягунова, Н.М. Маркетинговое исследование рынка туристических услуг [Текст] / Н.М.Тягунова, О.А.Спорыш // Международная научная конференция профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов стран СНГ, 07.02.2006 г. — Москва: МУПК, 2006. — С.397—398.
6. Шеремет П. Бізнес ХХІ століття : глобальний, віртуальний, динамічний, невагомий... А освіта? [Текст] / П.Шеремет // Синергія. — 2000. — №1. — С.17—20.

