

Віртуальні інформаційні форми об'єднань туристичних підприємств: сучасний вимір та можливості для Полтавщини

В сучасних умовах розвитку економіки України виникає необхідність суттєвих змін у напрямку становлення кардинально нових її складових, які б відповідали змісту стратегії формування економіки знань. Поняття «економіка знань» виступає в якості системного явища, що поступово формується в межах індустріального періоду економічного розвитку шляхом впровадження досягнень науково-технічного прогресу, інноваційних методів господарювання, інтелектуального людського капіталу, передових технологій і галузей національної економіки, пріоритету виробництва знань, послуг та становлення менталітету творчого, ефективного, раціонального бізнесу. Нині, туристична галузь має України, яка великі можливості щодо подальшого розвитку на основі своїх багатих туристично- рекреаційних ресурсів потребує не тільки інновацій, але і поступового просування своїх послуг як на регіональному рівні, так і національному та світовому. Це, в свою чергу, дозволило б не тільки вирішити соціально – економічні проблеми, країни але і забезпечити її подальший розвиток. Однак, зважаючи на розвиток світової фінансової кризи, виникла потреба пошуку альтернативних шляхів ринку туристичних послуг на регіональному ринку, в т.ч. Полтавщини.

Вважаємо, що у період, коли всі прагнуть економити, саме сучасні інформаційні технології містять можливості для розвитку віртуальних туристичних підприємств, а саме зеленого туризму, який характеризується домінуванням підприємств малого бізнесу (ФОП,ПП), нестабільними доходами, мінімальною (або відсутністю) рекламою. Наукові нароби за зазначеною проблематикою мають такі вітчизняні та зарубіжні науковці як: Г.Я. Гольдштейн, А.В. Катаев, Б.Гейтс, О.Н.Громов, Д. Сигел К. Моллер та інші. Однак, вони розглядають можливість адаптації віртуальних технологій до бізнесу без врахування галузевих особливостей. Разом з тим, саме туристична галузь характеризується останніми роками високими темпами зростання, прибутковості та можливостями для розвитку окремих територій, які відкриває процес глобалізації на різних рівнях управління. Зокрема, на рівні держави посилюється роль функції

координації, адже глобальна кооперація та віртуальна мережа постійно сприяє оновленню продуктів, процесів, ринків, стимулює процеси перерозподілу капіталів, формує транснаціональні мережі ділових зв'язків, які дозволяють залучати висококваліфікованих фахівців із різних держав, одночасно вирішувати проблеми комерціалізації, виробництва, збуту тощо. У результаті виникли і поширюються віртуальні організації.

Віртуальна організація являє собою мережу ділового співробітництва, що охоплює основний бізнес цієї організації, її зовнішнє оточення (постачальників, споживачів і т. ін.), функціонування яких координується і поєднується за допомогою сучасних інформаційних технологій і засобів телекомунікацій. Саме останні разом з мережоподібними принципами організації багато в чому забезпечили формування віртуальних організацій, оскільки вони роблять принципово не обов'язковою фізичну наявність менеджерів на робочих місцях. Віртуальні колективи групують людей у міру виникнення необхідності створювати певну вартість для задоволення специфічних потреб. При цьому не виникає фізичного колективу як організації, а відбувається лише об'єднання особливих відмітних здібностей у систему, що стає здатною створювати необхідну вартість. Концепція віртуальної організації відкриває принципово нові можливості для бізнесу й широко використовуватиметься в XXI столітті. Мережоподібний характер віртуальних підприємств виявляється в тому, що глобальна мережа використовується для обміну необхідною інформацією між географічно віддаленими підрозділами компанії [3].

Тому доцільно активізувати впровадження інформаційних технологій і сучасних можливостей мережі Інтернет шляхом впровадження на базі електронного ресурсу Віртуального об'єднання туристичних підприємств нових форм організації інформаційно-аналітичного забезпечення управління туристичними підприємствами і організаціями, а саме: віртуальних туристичних інформаційних центрів, віртуальних бібліотек, віртуальних бізнес-інкубаторів, віртуальних туристичних довідок тощо (рис. 1) [2], що дозволить забезпечити розвиток міжнародного (в'їзного) та внутрішнього туризму як в Україні, так і в Полтавському регіоні, зокрема.

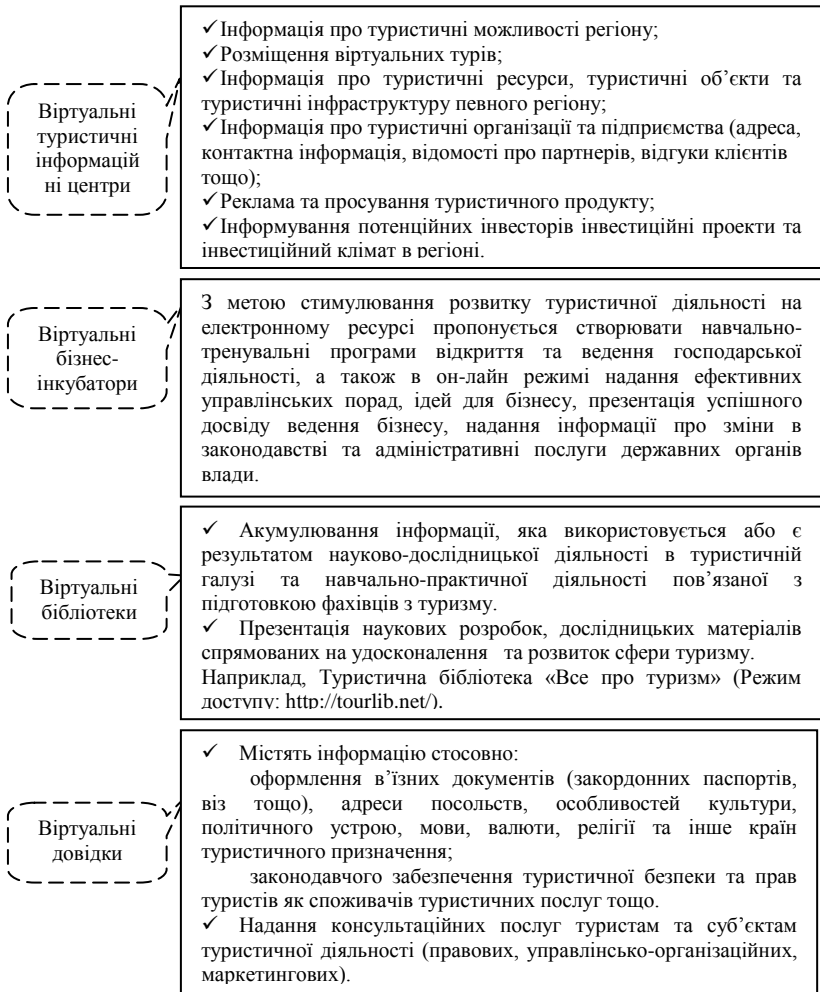


Рис. 1 Запропоновані сучасні форми організації інформаційно-аналітичного забезпечення управління туристичними підприємствами в Україні [авторська розробка]

Інформаційна складова туристичної індустрії Полтавської області матиме можливість акумулювати багатоаспектну інформаційну базу даних про туристичні особливості регіону, його туристичні ресурси та об'єкти відвідування, культурно-

історичні особливості, інформацію про рівень розвитку та аналітичні дані стосовно туристичної діяльності.

Доступність, актуальність, повнота та достовірність дозволить збільшити конкурентоспроможність туристичного продукту Полтавського регіону, збільшити попит споживачів та визначити роль і місце регіону на державному туристичному ринку.

Отже, відмінною особливістю пропонованого віртуального туристично-інформаційного об'єднання є інформаційно-аналітична спрямованість та багаторівнева орієнтація на організаційно-аналітичне забезпечення розвитку туристичної галузі та соціально-економічної сфери регіону. Також, пропоноване Віртуальне об'єднання туристичних підприємств необхідно розглядати як комплексну систему динамічної виробничої, технологічної, торгівельної, наукової та інформаційної взаємодії підприємств і організацій туризму та суміжних галузей, державного та громадського сектору з метою створення та просування спільного конкурентоспроможного туристичного продукту.

Спеціалізація Віртуального об'єднання туристичних підприємств повинна бути спрямована не лише на певний вид туризму, а на комплексний туристичний продукт Полтавського регіону та передбачати стимулювання, розвиток сільського, зеленого, історико-культурного, екскурсійного (пізнавального), ділового, лікувально-оздоровчого, наукового (навчального, освітнього), релігійного, спортивного, етнічного, мисливського, фестивального) туризму, що формуватимуть конкурентоспроможний туристичний продукт регіону.

З організаційно-управлінської точки зору створення добровільного туристичного об'єднання в віртуальній площині є: по-перше, економічно вигідним, оскільки сприятиме економії фінансових витрат та спільне використання ресурсів, обмін досвідом, що значно підвищить ефективність реалізацію антикризового управління туристичними підприємствами в умовах світової фінансової кризи. А по-друге, сприятиме підвищенню адаптивності, гнучкості та динамічності бізнес-процесів між учасниками Віртуального об'єднання туристичних підприємств, що дозволяє оптимізувати процес забезпечення розвитку туристичної індустрії Полтавського регіону.

Таким чином, пропонуване віртуальне добровільне туристичне об'єднання виступає як інноваційно-нова форма організації спільної діяльності підприємств і організацій в сфері туризму, що дозволяє забезпечити їх високу конкурентоспроможність, знизити рівень витрат та підвищити ефективність господарської діяльності та забезпечити розвиток регіону. Враховуючи сучасні умови, які характеризуються жорсткою конкуренцією, негативними наслідками світової фінансово-економічної кризи виникає необхідність активного залучення всіх зацікавлених учасників та потенційних партнерів до процесу створення та організації діяльності добровільного туристичного об'єднання в Полтавській області. Доцільним є сформувати наступний склад основних учасників віртуального туристичного добровільного об'єднання Полтавської області (рис.2).



Рис. 2. Віртуальне об'єднання туристичних підприємств Полтавської області

Таким чином, слід зазначити, що формування єдиної інформаційної платформи щодо туризму у Полтавській області дозволить:

1) підвищити ефективність просування туристичних послуг та продуктів Полтавщини;

2) підвищити рівень інформованості туристів про туристично-рекреаційні ресурси та заходи, щодо організації дозвілля не тільки туристів, але і жителів регіону;

3) власникам зелених садиб зменшити витрати на рекламу;

4) освітнім закладам розширити базу практик при підготовці фахівців з туризму та формувати не тільки теоретичні знання, але і практичні навички та розвивати у студентів позитивне ставлення щодо підприємництва;

5) збільшити надходження до бюджетів за рахунок підвищення прибутковості туристичної діяльності;

6) нарощувати обсяги надання туристичних та супутніх послуг, доходів підприємств і організацій, які є учасниками віртуального об'єднання;

7) створювати додаткові робочі місця;

8) сприяти розвитку, удосконалення та спільному використанню інфраструктури регіону (туристичної, фінансової, транспортної, інформаційної);

9) підвищувати соціально-економічний потенціал та життєвий рівень населення;

10) поліпшувати інвестиційний клімату в регіоні та залучати додаткові інвестиційні ресурси в туристичну галузь;

11) створювати доступну, динамічну, достовірну інформаційну базу даних про особливості туристичної індустрії Полтавської області;

12) активізувати рекламну діяльність та акцентувати увагу на конкурентних перевагах туристичного продукту Полтавської області, що дозволить підвищити туристичний імідж регіону на державному та міжнародному рівні;

13) підвищити рівень кваліфікації та професійного розвитку, інтелектуального і наукового потенціалу фахівців сфери туризму.

Це можливо досягнути і здійснити через формування єдиної інформаційної платформи на Полтавщині (рис.3), що дозволить об'єднати суб'єкти та об'єкти туристичного ринку.

Адже, у процесі аналітичного дослідження стану ринку туристичних послуг на Полтавщині виявлено, що:

1) на території області офіційно зареєстровано лише 1 зелена садиба, а існує ще 74 садиби, які пропонують різноманітні послуги і деякі із них уже є невід’ємною частиною окремих туристичних програм (маршрутів);

2) більшість населення навіть не знає про їх існування (35 % респондентів), їх значення (40 %), можливість організації культурного дозвілля сім’ї (32 %);

3) єдиної бази даних про ці садиби, умови розміщення, ціну, дозвілля, web-сайти тощо на рівні Полтавського регіону, не існує.

На авторську думку, створення саме добовільного віртуального туристичного об’єднання дозволить підвищити якість виконання організаційної, координаційної, інформаційно-комунікаційної, довідкової, інноваційної науково-практичної та навчальної функцій, що забезпечуватиме розвиток туристичної індустрії Полтавської області за рахунок просування туристичної продукції та інформування про туристичні можливості Полтавської області.

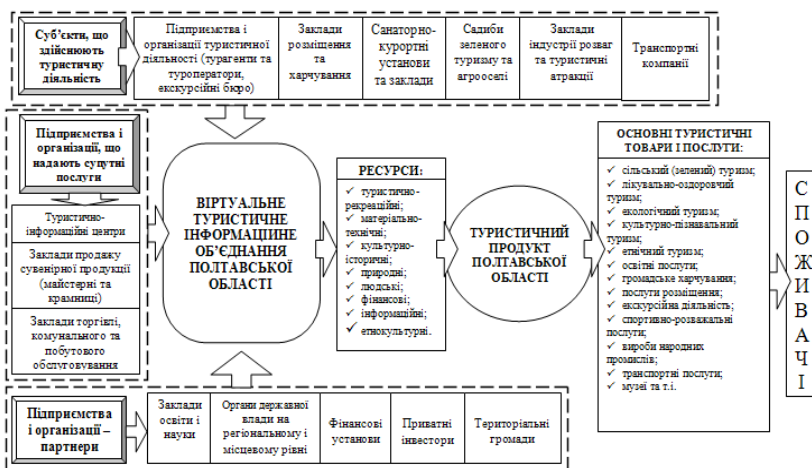


Рис. 3 Структурно-логічна схема організаційно-економічного забезпечення віртуального туристичного інформаційного об’єднання в Полтавській області

Обрання саме такої форми як добровільне туристичне віртуальне об'єднання обумовлено тим, що, як свідчить світова практика буде сприяти зменшенню «інформаційних розривів» між ринком туристичних послуг і сучасними реаліями.

Зокрема, в Україні існує низка віртуальних організацій і лабораторій (табл.1).

Табл.1.

Сучасні віртуальні організації і лабораторії в Україні [4]

Назва організації	Основна мета створення
ВО Moldyngrid	Віртуальна лабораторія MolDynGrid створена для вирішення задач в галузях структурної біології та біоінформатики, які потребують значних витрат машинного часу і оперують великими обсягами інформації.
ВО «Инфраструктура»	Віртуальна організація, яка займається забезпеченням надання стандартів грід-сервісів для віртуальних організацій, забезпечення надійності функціонування Українського Грида, навчання користувачів Грида та адміністраторів грід-сайтів, а також створення технічних умов для входження УНГ в міжнародні Грід-спільноти.
ВО "Medgrid"	Віртуальна організація medgrid створена для підтримки медичних досліджень в Українському Національному грід.
ВО "Environmental Emergency Grid Modeling" – EEGM	Віртуальна організація eegm створена для розробки математичних моделей і методів прогнозування стану навколишнього середовища на грід-інфраструктурі системи високопродуктивних обчислень для підтримки прийняття державними органами рішень з реагування на надзвичайні ситуації природного і техногенного характеру та підвищення рівня готовності до таких ситуацій.
Віртуальна організація SysBio	Мета віртуальної організації SysBio, створеної Лабораторією системної біології ІМБГ НАНУ, - розвиток паралельних обчислень в біології і дослідження регуляції генів у еукаріотів. Основний напрямок досліджень - реконструкція мереж генної регуляції з використанням ресурсів Українського національного гріда (УНГ).

При створенні Віртуального об'єднання туристичних підприємств слід враховувати:

тривалість часу ділових відносин серед бізнес-партнерів – може бути короткою" середньою або довгостроковою. Стосунки

можуть продовжуватися тільки для однієї послуги від кількох місяців до кількох років;

кількість партнерів ВП, що є незмінною або наперед визначається. Це може бути динамічний і гнучкий процес упродовж розвитку ВП;

ступінь автономності: це можуть бути жорстко пов'язані партнери з чітко визначеними бізнес-процесами або змінювані певні внутрішні бізнес-процеси, що підтримують їх автономність у межах співпраці;

ступінь поширення: мережею керують централізовано або відокремлено через електронний торговельний майданчик, на якому діють служби електронних каталогів;

ступінь еволюції та масштабованості: можливість ВП еволюціонувати в термінах нових членів і взаємовідносин;

ступінь інтеграції: повнота об'єднання членів ВП і їх бізнес-процесів з іншими організаціями за жорстко пов'язаною або вільною моделлю;

спосіб ефективності: досягнення ефективності на рівні горизонтальної інтеграції або на рівні бізнес-процесів, тобто їх скорочення або зменшення тривалості.

Наприклад, формування та представлення такого виду як віртуальні тури, які дозволяють подорожувати бібліотеками, готелями, країнами. Є цікавою для багатьох цільових груп, зокрема школярів, які під час проведення уроків з допомогою Інтернету, можуть відвідувати музеї, які знаходяться у іншій країні і знайомитися із здобутками світової культури і мистецтва. Сьогодні це можливо для: Національного музею Тараса Шевченка в Києві, Києво-Печерської Лаври, Лувру в Парижі, Ермітажу у Санкт-Петербурзі, Метрополітен музей у Нью – Йорку (www.panotours.ru), (<http://tours.kremlin.ru>), (<http://tzd.ru/steams>), (www.armchair-travel.com), (www.virtualtravel.cz), (www.sphericalimages.com), (www.googleartproject.com), (www.everyscape.com) тощо). Є цікавим також віртуальні – подорожі, можливо не тільки відвідати окремі музеї, але і подивитися пам'ятки культури, природу. У даному напрямку, цікавою є пропозиція компаній Google і «Російських залізничних доріг», які пропонують подорожувати по маршруту Москва – Владивосток, який проходить через дві частини світу, 12 областей і 87 міст.

Одночасно можна подивитися на Байкал, Хехцирський хребет, Баргузінські гори тощо. Також компаній Google запустила новий сервіс Hotel Finder, розроблений на основі продукту ITA Software. Завдання цього сервісу - пошук готелю по параметрах, введеним користувачем. Новий сервіс дозволяє шукати готелі по місцю розташування, ціні, кількості зірок, відгукам і наявності знижок на розміщення. Користувачі можуть поглянути фотографії вибраних готелів, взнати їх адреси і телефони, а також забронювати номер, перейшовши по засыланню на сайти партнерів Google (наприклад, Priceline або Travelocity) [1, 5].

Для Полтавщини запропоновано низку віртуальних турів, які можна буде створити на базі віртуального туристичного інформаційного об'єднання (табл.2).

Табл.2

Віртуальні тури, що стосуються подорожей Полтавською областю

Електронна адреса сайту	Мета створення чи назва віртуального туру (тематика)	Вид туризму чи об'єкт/заклад, який представляє пропонувані віртуальний тур
1	2	3
http://mirgorodkurort.ua/Fflash/kyrort.swf	Курорт «Миргород» (м. Миргород)	Лікувально-оздоровчий туризм, санаторно-курортний комплекс
http://psel.net.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=69	Санаторій «Псьол» (сmt Велика Багачка)	Лікувально-оздоровчий туризм
http://dikanka.poltava.ua/vr.php	Шинок Диканька (м. Полтава)	Етнічний, гастрономічний Заклад харчування
http://360-virtual-tour.net/pano/65	Етнокультурний комплекс «Веселівка»	Етнічний, гастрономічний, сільський (зелений) туризм
http://360-virtual-tour.net/pano/60	<u>Меморіальний комплекс солдатської слави</u> (м. Полтава)	історико-культурний, український (пізнавальний)
http://www.360cities.net/image/panorama-orel	Монумент Слави (м. Полтава)	історико-культурний, екскурсійний (пізнавальний)
http://www.360cities.net/image/panorama-poltava-centr-artuha-01#560.70,19.72,110.0	Будинок Аргучилища (м. Полтава)	історико-культурний, екскурсійний (пізнавальний)
http://city360.com.ua/gostinica-kaspj/	Готельно-ресторанний комплекс «Каспій-Преміум», (Полтавская обл., г. Хорол, с. Лобковая Балка)	Заклад розміщення і харчування
http://alleya-grand.com.ua/virtual/index.html#lux_zal	Готель «Лея Гранд» (м. Полтава)	Заклад розміщення

http://palazzo.com.ua/ru/hotels/virtual-tour	Готель «Палаццо» (м. Полтава)	Заклад розміщення
http://360-virtual-tour.net/pano/48	Алея парку імені Івана Петровича Котляревського (м. Полтава)	історико-культурний, екскурсійний (пізнавальний)
http://360-virtual-tour.net/pano/46	Панорама вечірньої Полтави	Екскурсійний (пізнавальний) туризм
http://alleya-smaku.com.ua/virtual/view/object/kafe-bar-bochka	Кафе-бар «Бочка» (м. Полтава)	Заклад харчування
http://www.riviera.poltava.ua/bluz.php	Кондитерська «Блюз» (м. Полтава)	Заклад харчування
http://pntu.edu.ua/ru/struktura-universitetu/virtualnyitour.html	Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка (м. Полтава)	Освітні, діловий туризм, заклад освіти
http://yarmarok.in.ua/	Національний сорочинський ярмарок (с. Великі Сорочинці Полтавської області)	історико-культурний, етнічний, фольклорний (подієвий), екскурсійний (пізнавальний) туризм
http://kia.poltava.ua/vk/	Віртуальний тур по м. Кременчук (містить інформацію про туристичні об'єкти, заклади розміщення та харчування, торгово-розважальні комплекси, заклади спорту та дозвілля, транспортні компанії, заклади освіти, медицини, бізнес-центри)	Екскурсійний (пізнавальний) туризм

Як висновок слід зазначити, що даний напрям діяльності дозволить вигідно використовувати інноваційні Internet-технології в діяльності туристичних підприємств та організацій при формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту, створенні позитивного іміджу серед споживачів та партнерів, здійсненні ефективної рекламної компанії, а для інших учасників кластеру дозволить забезпечити просунення нових видів туристичних та інших супутніх товарів і послуг на ринок для задоволення потреб споживачів.

На web-сторінці Віртуального об'єднання туристичних підприємств запропоновано створити галерею віртуальних турів (маршрутів) Полтавською областю, які також можуть стати віртуально-інформаційними туристичними ресурсами, до яких матиме вільний доступ кожний користувач.

Створення віртуальних турів дозволить підвищити інформативну складову туристичного продукту, оскільки

надаватимуть додаткову інформацію про туристичний об'єкти та Полтавський регіон в цілому, через фото та відеоматеріал. Варто зазначити, що впровадження віртуальних турів дозволить в доступному он-лайн режимі через мережу Інтернет споживачам пояснити туристичні особливості та переваги туристичної подорожі в Полтавській області, наочно визначити та акцентувати увагу на конкурентних перевагах пропонованих туристичних послуг, а також сформулювати позитивне ставлення до регіону. Відповідно віртуальні туристичні маршрути за рахунок своєї універсальності та доступності виконуватимуть роль своєрідної реклами туризму в Полтавському регіоні та слугуватимуть поштовхом для туриста до реального маршруту в майбутньому.

Перевагою віртуального туру є те, що споживач в інтерактивному режимі може самостійно здійснити подорож, а можливість активної візуалізації дозволяє споживачу вивчити пропонований маршрут, оцінити інтер'єр готелю, що може стати ефективним маркетинговим рішенням в просуванні пропонованого туристичного продукту та послуг на ринок.

Суттєвою перевагою, що актуалізує розвиток віртуального туризму, є скорочення витрат на рекламну діяльність, оскільки реклама в віртуальному просторі є дешевшою, доступнішою більшій кількості споживачів, необмеженою в часі, більш наочною та інформаційно-насиченою, а значить більш ефективною і економічно вигіднішою, що є досить актуальним в умовах світової фінансової кризи.

Переваги пропонованих віртуальних турів:

1. Для споживача (туриста):

економія часу та коштів, оскільки можливість ознайомлення з матеріалом є необмеженою;

можливість попереднього ознайомлення з пропонованими туристичними об'єктами (пам'ятками) чи послугами (розміщення, харчування, транспортування).

2. Для підприємств і організацій сфери туризму:

висока популярність віртуальних турів підвищуватиме інтерес до споживачів, що збільшуватиме кількість замовлень туристичних подорожей і сприятиме зростання прибутку;

здійснення ефективної рекламної політики за рахунок ексклюзивності,

винятковості, оригінальності, різноплановості, інформаційної насиченості та можливості інтерактивної участі споживачів, що дозволить підвищити конкурентоспроможність порівняно з конкурентами;

скорочення часових обмежень при ознайомленні споживачів з пропонованим продуктом, оскільки віртуальний тур миттєво доступним в он-лайн всім користувачам мережі Інтернет в будь-який момент часу;

швидка можливість оновлення поданої інформації, що дозволяє забезпечити актуальність пропонованих послуг;

підвищення іміджу суб'єкта туристичної діяльності як прогресивного, високотехнологічного, інноваційно-активного підприємства.

3. Для органів державної влади, громадських організацій, потенційних інвесторів:

дозволить наочно демонструвати результати діяльності туристичних підприємств і організацій, привабливість для інвестування.

Таким чином, саме усвідомлення добровільного об'єднання зусиль усіх учасників туристичного ринку Полтавщини дозволить не тільки досягати поставлених цілей, а й створити позитивний бренд – «Туристична Полтавщина».

Перелік літератури:

1. Google запустил новый поисковой сервис по отелям. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/2011/08/hotel-finder/>. – Заголовок з титулу екрану.

2. Markina I., Makhovka V. Information Analysis Support of Travel Companies Management in the Global Financial Crisis // World Applied Sciences Journal. – 2014. - № 31. — [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://idosi.org/wasj/wasj31\(8\)14/8.pdf](http://idosi.org/wasj/wasj31(8)14/8.pdf). – Заголовок з титулу екрану/

3. Лаврененко, В. В. Організаційний розвиток підприємства: Навч.-метод. посібник / В. В. Лаврененко, О.Г. Дерев'янку, В.І. Тоцький. – К. : КНЕУ, 2005. – 197 с.

4. Віртуальні організації. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://infrastructure.kiev.ua/monitoring/rubrik/5/sub_rubrik/0/?p=1. – Заголовок з титулу екрану/

5. Глебова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – №2 (8). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm. – Заголовок з титулу екрану.