

УДК 332.834.4:004.358



Ю.В. Арбузова

аспірант, викладач,

e-mail: yuliya_v_arbuzova@mail.ru



Н.І. Карлова

викладач,

e-mail: koledg@mail.ru



Т.Є. Багмет

викладач,

e-mail: tbagmet@gmail.com

Херсонський політехнічний коледж

Одеського національного політехнічного університету

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Ю.В. Арбузова, Н.І. Карлова, Т.Є. Багмет. *Аналіз сучасного стану інформаційних технологій управління бізнес-процесами на ринку туристичних послуг України.* У статті аналізується сучасний стан інформаційних технологій, особливості функціонування окремих видів інформаційних технологій та їх застосування в туристичному бізнесі. Обґрунтовано положення, що на сучасному етапі розвитку суспільства, інформаційні технології повинні розглядатися як стратегічний ресурс розвитку ділової активності організації в будь-якій галузі, і, зокрема, в туризмі, як однієї з найбільш інформаційно-насичених сфер бізнесу. На основі аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду застосування інформаційних систем у туризмі, розроблена система практичних рекомендацій для менеджменту туристських організацій по вибору комп'ютерних технологій.

Y. V. Arbuzova, N. I. Karlova, T. E. Bagmet. *The analysis of the current state of information technology management business processes in the market of tourist services in Ukraine.* The article analyzes the current state of information technology, features of functioning of certain types of information technologies and their application in the tourism business. Justified the position that at the present stage of society development, information technology should be viewed as a strategic resource for the development of business organizations in any industry, and in particular in tourism, as one of the most information-rich business areas. Based on the analysis of domestic and foreign experience in the use of information systems in tourism, has developed a system of practical recommendations for the management of tourism organizations on the choice of computer technology.

Автоматизація і комп'ютерні технології

Вступ. В умовах конкурентної боротьби туристичним підприємствам необхідно здійснювати постійний моніторинг положення на ринку і вміти пристосовуватися до змін ринкових ситуацій у майбутньому. Питання конкуренції та конкурентоспроможності, що набули важливого практичного значення в умовах ринкової економіки, залишаються недослідженими з точки зору галузевої специфіки в туризмі, їх адекватності принципам сталого розвитку. На сучасному етапі не уточнено понятійний апарат теорії конкурентоспроможності в сфері туризму, мало дослідженими залишаються питання розробки конкурентних стратегій, не визначені фактори впливу на конкурентоспроможність туристичних підприємств [1].

Туристичне підприємство діє на ринку в більшості випадків за умов значної конкуренції. Це конкурентне середовище, яке складається з умов взаємодії між туристичними фірмами у відповідних сегментах ринку, характеризує ступінь розвиненості ринкових відносин, оскільки саме конкуренція є рушійною силою ринкових процесів. Саме конкурентне середовище формує критерії якості турпродукта, визначаючи обсяг та умови продажу, ціни, методи реклами, стимулювання збуту тощо.

Світовий досвід свідчить, що фактором, який визначає успіх діяльності будь-якої організації індустрії туризму на туристському ринку, є час обслуговування клієнтів. Виграє той, хто в змозі надати клієнту весь комплекс послуг у режимі реального часу. Можливість ведення бізнесу в подібному режимі прямо пов'язана з тим, яким чином і з допомогою яких інформаційних технологій організований обмін інформацією між туроператором і постачальниками послуг, між туроператором та турагентами [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями впровадження і оцінки інформаційних інновацій у туристичній галузі займаються Новіков В.С., Федорченко В.К, Мініч І.М., Зінченко В.А тощо. Разом з тим, у більшості випадків, при дослідженні інноваційних технологій у туристичній галузі досліджують лише Інтернет-технології, що на нашу думку, суттєво обмежує їх сутність і більшість можливостей не вивчені.

Актуальність теми дослідження. Туризм є однією з найбільш високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світової економіки. Успішний розвиток туризму впливає на такі ключові сектори економіки, як транспорт і зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство,

Автоматизація і комп'ютерні технології

виробництво товарів народного споживання та ін. Таким чином, створення розвиненої туристської індустрії має важливе значення як одне з ефективних напрямків розвитку економіки країни. Особливості реалізації туристичного продукту не дозволяють говорити про повноцінний ринок без відповідного інформаційного забезпечення.

Українські туристичні фірми та органи управління туризмом, що вступають на міжнародний ринок, стикаються у своїй діяльності з проблемами освоєння нових інформаційних технологій, які є необхідною умовою міжнародної інтеграції та сучасної концепції туристського бізнесу як інформаційно-насиченою сфери. Планування розвитку туризму в Україні ускладнюється відсутністю статистики та повної інформації про туристичні ресурси. У зв'язку з цим, на даний час, аналіз існуючих інформаційних систем в туризмі, вивчення основних областей застосування інформаційних технологій та розробка рекомендацій менеджменту туристичних організацій для вибору комп'ютерних технологій є особливо актуальним.

Матеріали дослідження. Структура туристичної галузі подібна будь-якій іншій економічній сфері діяльності. Проте існує одна особливість: сполучним центром, який утримує різних виробників у рамках туристичної галузі, є інформація. Інформаційні потоки забезпечують зв'язки між виробниками туристичних послуг між виробниками та споживачами цих послуг, причому вони йдуть не тільки у вигляді потоків даних, але і у формі послуг і платежів.

Індустрія туризму дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління окремої туристської фірмою до застосування глобальних комп'ютерних мереж. В українській туристичній галузі розробка інформаційних технологій, як правило, обмежується формуванням програмних продуктів по оформленню документів, їх систематизацією на рівні секретарської роботи і в кращому випадку автоматизації рутинних процесів і створенням локальних баз даних для задоволення вузьких практичних потреб. Створення наскрізної інформаційної технології, що дозволяє об'єднати роботу всіх ланок організації, сформувати архіви з швидким і гнучким доступом до інформаційних ресурсів, для багатьох турфірм є лише перспективою з-за того, що результат впровадження таких або аналогічних інформаційних технологій управління не можна порівняти із затраченими інвестиціями.

Автоматизація і комп'ютерні технології

Однак світовий досвід показує, що нехтування вдосконаленням технології інформаційних процесів згубно для будь-якої організації з таких основних причин:

- істотно збільшується час прийняття рішень, пов'язаних з обробкою великих масивів даних;
- ускладнюються процеси підготовки матеріалів, що містять різнопланову інформацію, яка надходить з різних джерел і різних баз даних;
- не накопичуються дані в єдиній інформаційно-технологічному середовищі, що призводить до ситуації, коли інформація "живе" тільки спільно з підтримуючим її експертом. При звільненні експерта сформовані ним масиви майже завжди перестають актуалізуватися і в подальшому не використовуються;
- ускладнюється спадкоємність технологічних прийомів при зміні персоналу.

Про зростаюче застосування інформаційних технологій свідчить той факт, що туризм входить до п'ятірки, а за деякими даними - в трійку галузей з найбільшою реалізацією товарів та послуг через Internet. У перспективі ж, за оцінками провідних світових експертів, він стане першим. Переваги використання даної мережі для суб'єктів туристичного ринку України очевидні: вона дає необмежений доступ до інформації, дозволяє економити кошти при міжміських і міжнародних переговорах, надає інформацію про передові технології, що дозволяє обмінюватися думками з колегами. Слід зазначити, що реклама в мережі Internet дешевше звичайної, а в більшості випадків ефективніша, оскільки направлена на цільову аудиторію [4]. Це важливо для виробників туристичних послуг в Україні, які займаються в'їзним міжнародним туризмом, тому що не тільки економить кошти, але й дозволяє ознайомити іноземних громадян з туристичними програмами про найбільш цікаві місця і міста України.

Використовуючи інформаційні технології, будь-яка туристична фірма може комплектувати свої тури за допомогою глобальної мережі Internet. Інформація про конкретній фірмі може бути представлена на веб-сторінках, сайті візитці або повномірному сайті, виходячи з бажання і фінансових можливостей фірми.

Значним кроком вперед в області інформаційних технологій в Україні є створення української Туристичної Інформаційної Системи

Автоматизація і комп'ютерні технології

(UTIS), яка почала працювати з 1999 року. Створення бази даних про туристичні послуги компаній України з подальшим продажем їх продукту на внутрішньому і зовнішньому ринках, а також широка реклама у всесвітніх туристичних системах, сприяють просуванню туристичного продукту, які пропонують українські туроператори. Тим більше, що суспільна система доступна по каналах Internet.

Інформаційні системи в туризмі створюються як для загального, так і професійного користувача. Системи загального користування надають інформацію про підприємства, які працюють у даній системі з описом видів і напрямків їх діяльності, рекламні матеріали, можливість покупки послуг конкретної компанії, нормативно-правові норми у сфері туризму. Професійні системи доступні тільки туристичним компаніям, великим корпоративним клієнтам, постачальникам туристичних послуг (готелям, транспортним компаніям, підприємствам сфери послуг тощо). На професійних каналах забезпечується необхідна швидкість доступу, обміну і захисту інформації.

Складовими системи інформаційних технологій у туристському секторі є комп'ютерні системи резервування, інформаційні системи управління, електронні інформаційні системи авіаліній, електронне пересилання грошей, телефонні мережі, системи проведення телеконференцій і т. д. Найбільш активно інформаційні технології використовуються турагентами і туроператорами, їх діяльність неможливо уявити без використання комп'ютерних систем резервування (CSR). На міжнародному ринку туризму нині діє чотири глобальні системи резервування. В Україні офіційно представлена тільки одна - AMADEUS, якою користуються 44 тисячі турагентств планети. На європейському ринку комп'ютерного резервування вона є лідером. Через AMADEUS замовляються послуги 490 авіакомпаній, 51 тисячі готелів, 50 автопрокатних фірм і велика кількість організацій інших профілів. Однак функціонування і ефективність цієї та інших систем вимагають, щоб постачальники туристичних послуг мали хоча б мінімальний рівень технологій, щоб одержувати доступ до таких систем і бути на них представленими.

Розглядаючи питання автоматизації роботи туристичного офісу, доводиться констатувати, що кількість українських туристичних компаній, які використовують комп'ютери за призначенням, як і раніше, не перевищує декількох відсотків. Для переважної більшості турфірм

Автоматизація і комп'ютерні технології

комп'ютер так і залишається друкарською машинкою і інструментом бухгалтера. Тим не менш, агентству і, тим більше, оператору, який серйозно працює на ринку, комп'ютеризації своєї роботи не уникнути.

Вибір турфірмами програмних продуктів та специфіка їх використання залежать від ряду факторів, зокрема:

а) від напрямку діяльності фірми, сукупності розв'язуваних завдань, вихідної технології, сумарного обсягу продажів, фінансового стану фірми;

б) від обізнаності керівництва фірми про програмне забезпечення, існуючому на ринку інформаційних технологій управління в туризмі, про його переваги і недоліки;

в) від режиму роботи комп'ютерів (автономний або мережевий).

Актуальними задачами автоматизації туристичних процесів у сучасному туристичному просторі є:

- моніторинг стану ринку туристичних послуг;

- автоматизація внутрішнього документообігу; Це виписка необхідних туристу документів: путівки, прибуткового/видаткового касового ордера, договору, ваучера і т. д. Це і відстеження життєвого циклу замовлення клієнта. Тут можна скористатися функціями, які пропонують системи пошуку та бронювання турів, а можна вибрати окремий програмний комплекс, функції якого обмежуються тільки перерахованими вище. При цьому, дуже важливо розуміти різницю між програмним забезпеченням, яке встановлюється на комп'ютери і має власну базу даних агентства, і ресурсом сторонньої організації, з якою агентство працює через Інтернет. Іноді агентства не бачать різниці між інформаційно-пошуковими і внутрішньоофісними системами. Можливо, це відбувається тому, що ряд внутрішньоофісних систем пов'язані з системами пошуку та бронювання. У свою чергу, внутрішньоофісні системи агентств іноді дозволяють використовувати дані он-лайн ресурсів туроператорів. Це дає додаткову перевагу агентствам. Так, забронювавши тур в режимі он-лайн, турагент фактично виконує роботу туроператора по внесенню заявки в базу, а собі не залишає нічого. У ряді випадків можливе збереження даних і у внутрішньоофісній програмі турагентства. Правда, не у всіх програмах і не у всіх туроператорів. Особливості деяких систем наведені нижче.

- CRM (Customer Relationship Management). Задача побудови взаємодії з клієнтами стає однією з головних при зростанні обсягу продажів. Внутрішньоофісна система, що використовується агентством,

Автоматизація і комп'ютерні технології

повинна дозволити туристичному агентству зберегти напрацьовану клієнтську базу даних і історію взаємовідносин зі своїми клієнтами. Це буває необхідно, коли агентство емітує дисконтні карти, знижка за якими залежить від суми, витраченої клієнтом на путівки. Це важливо також, при необхідності, повідомлення клієнтів про зміну адреси агентства або виходу спеціальної пропозиції, яка б могла бути цікавим постійному клієнтові, виходячи з його попередніх замовлень. Як і в будь-якому іншому бізнесі, постійні клієнти турагентства - його головне багатство, і ставитися до них треба відповідно.

- автоматизація взаємин з туроператорами. Автоматизація ні в якому разі не зводиться до створення і друку бланка заявки. Як вже говорилося вище, це автоматичне відстеження проходження заявки від моменту її формування і до моменту відправки в архів. Тут можна використовувати і режими он-лайн бронювання туроператорів, і внутрішньоофісні системи, і системи пошуку та бронювання турів, якщо вони володіють необхідним набором функцій. Крім того, важлива статистика роботи з туроператорами.

- автоматизація бухгалтерії. Краще, ніж спеціалізовані бухгалтерські програми, з автоматизацією бухгалтерії не впораються ніякі програми. Але, в ряді випадків, турагентства, що працюють за спрощеною системою оподаткування, користуються послугами аудиторських компаній, надаючи їм лише первинну документацію. У цьому випадку, функцій внутрішньоофісних програм в частині, що стосується обліку фінансів, більш ніж достатньо. Це і отримання передоплати, і перерахунок різних валют, і виписка первинних документів. Можливо і взаємодія спеціалізованих туристичних внутрішньоофісних програм з бухгалтерськими на рівні обміну файлами.

- автоматизація аналізу даних і отримання статистики. Для прийняття правильних стратегічних рішень програмне забезпечення, що використовується турфірмою, має формувати вичерпну кількість статистичних звітів, які покажуть і рентабельність роботи компанії за проміжок часу, середню прибутковість заявок за напрямками і туроператорам і багато іншого. Це дозволить агентству правильно орієнтуватися на ринку і розробляти потрібні напрямки діяльності, вибудовуючи відносини з "правильними" туроператорами, в потрібний час давати потрібну рекламу та оцінювати, як вона "працює" [5]. Навіть аналіз

часу надходження дзвінків та їх суть допоможе керівнику прийняти вірне рішення з питання реорганізації всередині фірми.

Висновки. У даний час на українському туристичному ринку для автоматизації турфірм активно просуваються типові інформаційні технології управління, основною метою яких є обслуговування діяльності турфірм.

На нашу думку сучасна інформаційна технологія управління туристичними процесами повинна відповідати наступним вимогам:

- використовувати норми українського законодавства;
- охоплювати всі сторони господарської діяльності туристичного офісу забезпечуючи при цьому функціональну повноту будь-якого підрозділу фірми;
- мати високу продуктивність автоматизованої системи при виконанні всіх функцій;
- забезпечувати тісний взаємозв'язок (інтегрованість) окремих модулів;
- мати можливість закупівлі та освоєння програм, що входять у програмний комплекс по частинах;
- мати гнучкість і відкритість архітектури (можливість доповнення системи новими модулями, що вписуються в загальну структуру вже встановленої системи управління);
- мати масштабованість (однаково ефективного функціонування за будь-яких обсягів оброблюваної інформації і незалежність від числа учасників процесу);
- бути сучасним конкурентоспроможним інформаційним продуктом у своєму класі, використовуючи сучасні передові технології туристського бізнесу та передові інформаційні технології;
- забезпечувати надійність і безпеку зберігання даних, мати захист від несанкціонованого доступу як по окремим технологічним операціям, так і по системі управління в цілому, а в разі несанкціонованого доступу вміти виявляти його;
- мати гнучку і швидку настройку параметрів на особливості конкретної фірми;
- мати фірмову технічну підтримку (проведення консультацій, семінарів, організація "гарячої лінії", виїзд фахівця, доступність нових версій програмного забезпечення, вартість яких значно нижче, ніж перша покупка програмного забезпечення);

Автоматизація і комп'ютерні технології

- володіти потужним статистичним та аналітичним блоками для оперативного аналізу діяльності фірми і прийняття стратегічних рішень, що особливо важливо в умовах конкурентної боротьби;

- застосовувати базову архітектуру "клієнт-сервер", забезпечуючи обробку інформації, що знаходиться в різних місцях, без втрат продуктивності.

На сьогоднішній день типові інформаційні технології управління турфірмами мають незаперечну перевагу. Вони вигідні з фінансової точки зору, оскільки підтримувати і розвивати системи, виконані під замовлення конкретної фірми, часто дуже дорогий процес і економічно не вигідний.

Література

1. Ткаченко Т.І., Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку. - [Текст] // Науково-інформаційний вісник Академії наук вищої освіти України.2012. - № 2(79). – С.96-104.

2. Шевчук Л.Е., Автоматизация деятельности туристической фирмы. [Текст]-//Культура народов Причерноморья. - 2012. - №232. - С.90-93.

3 Кизим А. В. Информационные технологии в туризме: учебно-методическое пособие / А. В. Кизим. – Астрахань : Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2011. – 146 с.

4. Комліченко О. О. Формування та оцінка економічного потенціалу туристичної галузі регіону [Текст] / О. О. Комліченко, Н. В. Ротань // Вісник Одеського національного університету.-2014.- Том 19. Вип.2/4. С.-178-182 ISSN 2304-0920

5 Ротань Н. В. Методи оцінки інтелектуального капіталу туристичного підприємства [Текст] / Н. В. Ротань, О. О. Комліченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / Херсон - 2014.-Вип. 6 Част. 3 . С.110-112 ISSN 2307-8030

Надійшла до редакції 23.12.2014