

## **ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В ТУРИЗМІ**

## **INFORMATION SYSTEMS IN TOURISM**

Під визначенням «інформаційна система» розуміють сукупність технічних, програмних та організаційних складників, що використовуються для збору, обробки, аналізу, зберігання та використання інформації для користувача з певною метою.

За ДСТУ 2392-94: Інформаційна система – комунікаційна система, що забезпечує збирання, пошук, оброблення та пересилання інформації [1].

Підсумовуючи вище згадані поняття, можемо зрозуміти, що інформаційні системи відіграють важливу роль у життєдіяльності кожної людини, адже нас щодня оточує велика кількість інформації і нам постійно доводиться з нею «працювати». Застосування інформаційних систем в галузі туризму є один з важливих завдань діяльності в даній галузі. З їх допомогою підприємство має можливість збільшити свої економічні і якісні показники.

Індустрія туризму є найбільшим користувачем телекомунікаційних та інформаційних технологій, рівнем комп'ютерної оснащеності займає високу сходинку в діловому бізнесі. Основною причиною є сама форма інформації, яка є необхідною для подорожей. На сучасному етапі розвитку туризму виокремлюють застосування CRM – систем в плані обробки інформації. CRM – це певна ідеологія бізнесу у питанні побудови відносин із клієнтом. Але утилітарно це – певне програмне забезпечення, що автоматизує процес збору інформації про клієнта для подальшого аналізу [2].

Досить яскравим прикладом застосування CRM - систем є організація робочого процесу в мережі туристичних агентств «Поїхали з нами» [3]. Дана компанія розробила свою власну систему, яка доступна лише в агентствах цієї мережі.

Серед основних складових даної системи варто виокремити наступні:

- Чітке планування робочого дня працівників – у систему можна додавати нових клієнтів та всю необхідну інформацію про них, а також є повне планування роботи з клієнтом від моменту отримання запиту до його повернення з подорожі.

- Отримання корисних новин – публікуються всі важливі новини про роботу мережі, успіхи колег, інформація від туроператорів, тощо.

- Підвищення кваліфікації працівників – періодично по мережі проводиться навчання по різних моментах роботи в туризмі і кожен працівник повинен його пройти.

- Клієнтська база – в системі зберігається кожен запит, який надходив в турагентство, і завдяки хорошій базі, компанії мають основу для хорошого розвитку.

Дана система вважається однією з кращих серед усіх наявних туристичних систем на ринку і є вагомим чинником, що постійно вдосконалює роботу своїх менеджерів.

**Висновки.** Інформаційні системи є важливою складовою в індустрії туризму для її розвитку та організованості робочих процесів. Завдяки CRM менеджери можуть виконувати різного плану робіт з чітким розумінням поставлених завдань, ефективному плануванню роботи на кожен день, а також отриманню різного роду інформації, яка є важливою для подальшої діяльності. В свою чергу ефективність роботи позначається на фінансовому стані підприємства.

### **Література**

1. ДСТУ 2392-94 Інформація та документація. Базові поняття. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0114774-17#Text>.
2. Ганущак-Єфіменко Л. М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. № 4. Київ. 2017. С. 51–56.
3. Сайт мережі туристичних агентств «Поїхали з нами». URL: <https://www.pohalisnami.ua/ua>.