

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ КЛАСТЕРАМИ

The tourist business finally switches to technological methods of work, as automation can significantly accelerate the implementation of many tasks facing the travel company, save money, improve the efficiency of work of each tour operator individually, and the entire tourism business as a whole.

Інформаційно-технічна революція, яка відбулась в суспільстві, змінила характер та методи ведення бізнесу. Інформаційні системи розглядають як необхідний засіб забезпечення технологічного процесу, моделювання, моніторингу і прогнозування екологічних, економічних та інноваційних процесів на підприємствах туристичної галузі. Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік своєчасної інформації для прийняття важливих управлінських рішень з метою досягнення очікуваного кінцевого результату - отримання прибутку. У зв'язку з цим, виникає необхідність у вмінні збирати інформацію та опрацьовувати її. Тож розвиток інформаційних технологій в туризмі має бути першочерговим [1].

Використання інформаційних технологій у сфері туристичних послуг є необхідною умовою успішного просування туристичного продукту на національний та міжнародний ринок послуг. Сфера туризму вимагає застосування систем, які за найкоротший проміжок часу можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, вирішення ряду питань в момент надання туристичних послуг. Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних систем ІТ-технологій. Вони охоплюють інформаційні системи менеджменту, глобальні системи бронювання, мультимедіа, інтегровані комунікаційні мережі [2].

Важливою тенденцією розвитку міжнародної туристичної індустрії останніх років стало активне використання систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають суттєвого збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління туристичною фірмою інформацію (бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх періодів тощо), враховує специфіку сегментів ринку і проведені реконструкції по ціноутворенню та управлінню тарифами. Сучасні АСУ працюють не тільки в локальній мережі, але і мають можливість підключення до роботи в глобальній мережі Інтернет. Це особливо важливо, коли мова йде про кооперацію дій суб'єктів регіонального туристичного кластеру, оскільки чим швидше кожен з них отримує доступ до інформації, тим ефективніше приймаються необхідні поточні рішення. Перевагами таких технологій є те, що даний процес дозволяє проводити гнучку маркетингову і цінову політику, досягаючи при цьому максимальної прибутковості від кожної отриманої заявки чи пропозиції. Завдяки цьому фокусна туристична фірма має можливість створювати високоефективну стратегію продажу, що базується на аналізі тенденцій і взаємодій на ринку, контролювати умови реалізації своїх пакетів послуг, приводячи їх у відповідність з кон'юктурою ринку у будь-якому географічному регіоні. У такий спосіб туристична фірма одержує максимально можливу віддачу від кожного сегменту ринку. Автоматизація управління діяльністю туристичної фірми тісно пов'язана із системою збору та аналізу зовнішньої поточної інформації. Ці процеси мають комплексний характер і охоплюють усі сторони функціонування туристичної фірми і взаємин з клієнтами та постачальниками. Система збору зовнішньої поточної інформації забезпечує керівників даними про останні події на ринку туристичних послуг. Збір інформації відбувається з книг, газет, спеціалізованих видань, розмов з клієнтами, постачальниками послуг, турагенціями. Останнім часом компані-розробники програмного забезпечення для туристичних фірм зосередили свої зусилля на створенні єдиного стандарту і формату обміну та передачі даних між різними підприємствами туристичного бізнесу. Це суттєвий крок у напрямку створення українського інформаційного туристичного простору та його інтеграції у світовий інформаційний туристичний простір [2].

Туристичний бізнес остаточно переходить на технологічні методи роботи, оскільки автоматизація дозволяє значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед туристичною фірмою, економити грошові кошти, підвищити ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на ринку послуг, тому є вкрай актуальним для українського туристичного бізнесу. Використання мережі Інтернет, Інтернет технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку послуг в найближчий час [3].

Список використаних джерел:

1. Разработка сбалансированной системы показателей. Практическое руководство с примерами. Изд. 2-е, расшир. Москва: ОлимпБизнес, 2005. 128с.
2. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник К.: Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
3. Гонтаржевська Л.Г. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.