

## ЛЕКЦІЯ 3. Інформаційні системи і спеціалізовані програмні засоби

3.1. Класифікація інформаційних систем менеджменту

3.2. Пакети керування туристськими фірмами

3.3. Програма «Само-Тур»

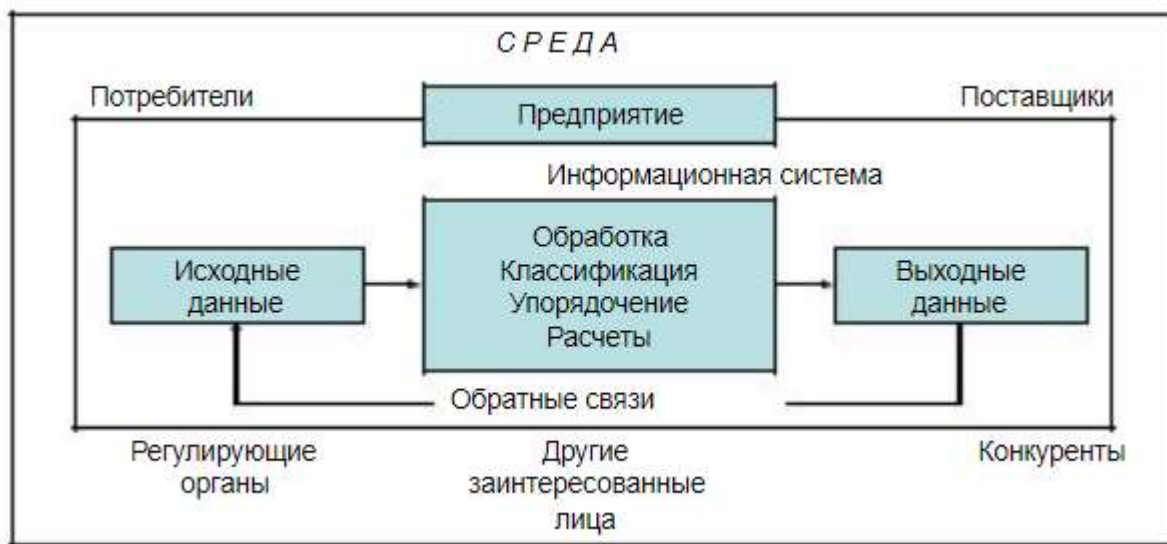
3.4. Програмний комплекс «Мастер-Тур»

3.5. Порівняльний аналіз програмних пакетів фінансової діяльності

3.6. Керування проектами за допомогою технологій MS Project

Інформаційна система (ІС) підприємства є середовищем для реалізації сучасних ІТ.

Загальна схема інформаційної системи

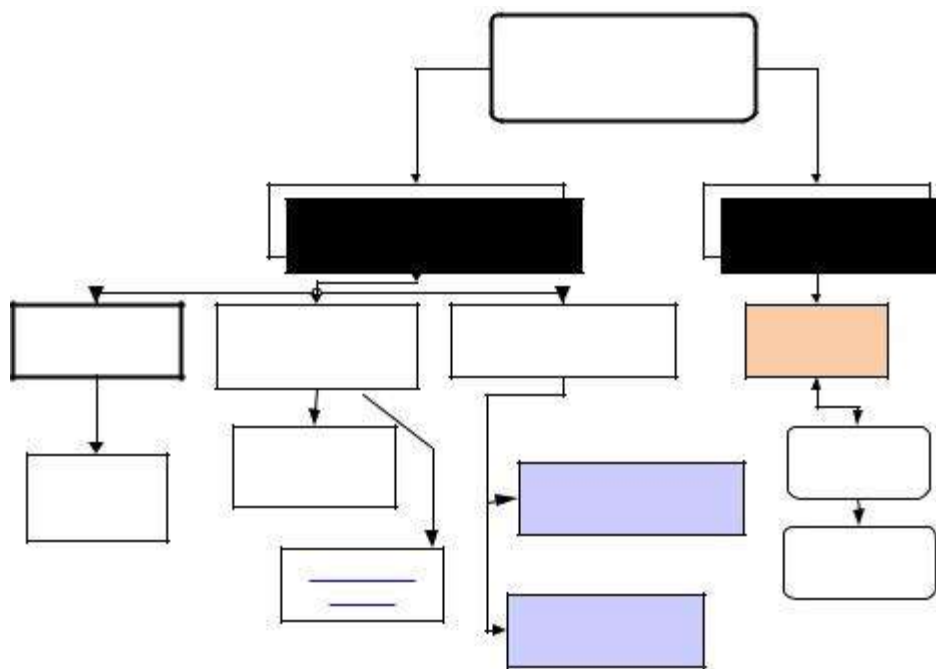


### Роль структуризації керування у формуванні ІС

Створення й використання інформаційної системи для будь-якої організації припускає виконання наступних умов:

- структура ІС, її функціональне призначення повинні відповідати **цілям**, що стоять перед організацією. Наприклад, у комерційній фірмі (ІС) - ефективний бізнес, отримання максимальної вигоди; на державному підприємстві - розв'язок економічних і соціальних завдань;
- ІС повинна контролюватися людьми, які розуміють її призначення, цілі й завдання, і використовуватися відповідно до основних соціальних і етичних принципів;
- ІС повинна забезпечувати виробництво достовірної, надійної, систематизованої й своєчасної інформації.

Таким чином, для створення й використання ІС необхідно спочатку зрозуміти й вибудувати структуру, функції й політику підприємства, мети керування й прийнятих розв'язків, можливості застосованої технології. Структура й склад основних ІС і пакетів програм у туризмі й готельному сервісі наведені у схемі нижче.



### 3.1 Автоматизація діяльності тур фірм CRM - Системи в туристичному бізнесі

Сьогоднішній день вимагає від туристичних компаній по-новому ставитися до потенційного й реального клієнта. Взаємини із клієнтом стають ключовим фактором успіху компанії. У туристичному бізнесі клієнт - це туристичне агентство для туроператора й турист (частка, особа) для туристичного агентства.

Інформаційні технології дозволяють значно підвищити якість взаємодії туристичної компанії із клієнтом, впливають на функції керування й налагодження взаємин між ними. У самій ідеї поліпшення взаємодії компанії із клієнтом немає нічого незвичайного, але зараз, з бурхливим розвитком інформаційних технологій, вона знайшла новий вигляд, нову назву й одержала новий розвиток, оскільки сучасні технології дозволяють реалізувати її на іншому рівні функціональності за допомогою інтегрованих Crm-систем. CRM - Customer Relationship Management (керування взаєминами із клієнтом).

У цей час найбільший розвиток одержали так звані оперативні Crm-системи, що дозволяють одержувати максимальну інформацію про клієнта в момент спілкування з ним. Інформація про клієнта, яка збирається й

обробляється (наприклад, історія його поїздок, середньостатистичний бюджет, потреби й переваги), використовується для того, щоб більш точно специфікувати пропозиції для конкретного клієнта, які з великою ймовірністю можуть бути ним прийняті. Усе популярнішими стають і електронні інтернет- crm-системи, які в основному орієнтовані на кількість клієнтів, яка збільшується, котрі спілкуються з компаніями через Інтернет.

Центр вивчення інформаційних технологій і організацій Каліфорнійського університету в такий спосіб класифікує функціональність, яку повинна містити в собі CRM:

- Керування контактами – підтримка інформації про клієнта й історії контактів з ним, може містити в собі інформацію про точки продажів або періодичність покупок/поїздок.
- Керування діяльністю – надає календар і діловий щоденник.
- Керування зв'язком – відображується в самостійному програмному модулі, відповідальному за передачу інформації, її схоронність і реплікацію.
- Прогнозування – надає інформацію про перспективні плани продажів, а також прогнози або дані маркетингових досліджень підрозділів компанії.
- Керування можливостями – керування факторами, які спонукують залучення потенційних клієнтів.
- Керування замовленнями – одержання інформації про тур продукти та наявності місць і розміщення інформації в он-лайн бронюванні.
- Керування документацією – розробка й впровадження стандартів, які настраюються, звітів і інформаційно-рекламних матеріалів.
- Аналіз продажів – надання аналітичних можливостей у дані про продажі.
- Конфігурація продукту – зберігання інформації про альтернативні варіанти тур продуктів і їх цінкових характеристиках.
- Енциклопедія маркетингу - надає обновлювану інформацію про продукти, ціни, рекламні заходи, результати досліджень (наприклад, фактори, що виявляють вплив на ухвалення рішення про покупку) і інформацію про конкурентів.

Функціональність Crm-систем для компаній малого й середнього бізнесу відіграє ще більш важливу роль. Це пов'язане з тим, що для них високий рівень взаємодії й уважне ставлення до клієнтів часто є основними факторами, що дозволяють компанії успішно конкурувати на ринку з суперниками.

З 2000 року першу позицію захопила компанія Siebel, одержавши 1/3 ринку CRM-ПО. Так, компанія Siebel пропонує в складі своєї Crm-системи ІС про клієнтів, продукти, конкурентів і систему прийняття рішень з великими БД. Якщо проаналізувати ситуацію на туристичному ринку СНД, то слід зазначити, що й в основних розроблювачів систем автоматизації туристичних компаній «МЕГАТЕК» і «Само-Софт» з'являється та необхідна функціональність, яка найближчим часом може позиціонуватися як Crm-система.

Таким чином впровадження сучасних Crm-систем актуально не тільки для великих компаній (що обумовлене потребою обробки великої кількості запитів), але й для компаній середнього й навіть малого масштабу.

Розглянемо типову конфігурацію й технічні можливості туристичної фірми, що впроваджує в себе Crm-систему. Така фірма може мати до десятих ліній телефонного зв'язку, виділений Інтернет - канал. Тому на першому етапі Crm-системи повинні сконцентруватися на цих двох каналах взаємодії із клієнтами й бути інтегрованими з Web-Сайтом і з каналом телефонного зв'язку. Крім цього можна розглядати можливості обробки запитів, що надходять по електронній пошті й по факсу.

Основна мета роботи Crm-Системи — одержати найбільш повну інформацію про покупця для найкращого його обслуговування. От показовий приклад роботи Crm-Системи. Клієнт дзвонить у туристичну компанію, і на екрані комп'ютера оператора відразу відображується вся інформація про нього, причому не тільки останні поїздки, але навіть дні народження членів родини, що допомагає операторові швидше зорієнтуватися, навіщо дзвонить клієнт, і зробити йому «пропозицію, від якої неможливо відмовитися». Наприклад, розповісти про новини або спец пропозиції. Така передбачливість розташовує клієнта до туристичної компанії й допомагає зберігати й зміцнювати існуючі зв'язки.

Основою успішної роботи будь-якої Crm-Системи є зберігання всієї інформації про взаємодію із клієнтами в одному місці, у єдиній базі даних. Слід зазначити, що чим більше строк експлуатації Crm-Системи, тим більш ефективно вона працює, тим більш глибокі аналітичні залежності й зв'язки можуть бути виявлені в інформації, накопиченої в процесі її роботи.

Crm-Система почне збирати інформацію про ринок, яка необхідна туристичній компанії, з моменту її впровадження, і чим раніше компанія починає її використовувати, тим раніше починає щодня одержувати детальну інформацію про ринок, його потреби й тенденції. При цьому на відміну від будь-якого замовленого або проведеного співробітниками компанії дослідження це буде реальна інформація про те, які клієнти в яких її продуктах зацікавлені, і вона дозволить не тільки точно планувати обсяги продажів, але

й вчасно вловити ринкові зміни, які призведуть завтра до формування нових потреб клієнтів.

### **Система САМО-ТУР**

Сучасний рівень розвитку тур бізнесу й тверда конкуренція в цій області надають особливу значущість спеціалізованим програмам керування туристськими фірмами. Функціональні можливості цих систем повинні забезпечувати редагування й зберігання інформації про тури, готелі, клієнтів, про стан заявок, передбачати висновок інформації у формі різних документів: анкет, списків туристів, описів турів, готелів, розраховувати вартість турів з урахуванням курсу валют і знижок, контролювати оплату турів, формування фінансової звітності й т.п. Дані програми не тільки прискорюють процес розрахунків і формування документів, але й можуть зменшувати вартість послуг (тур пакета).

Програмні продукти для автоматизації діяльності тур фірм повинні відповідати наступним вимогам:

- відповідати нормам законодавства;
- охоплювати всі сторони виробничо-господарської й фінансової діяльності тур фірми;
- бути сучасними і конкурентоздатними продуктами у своєму класі;
- мати можливість модернізації, швидке настроювання параметрів і фірмову технічну підтримку;
- забезпечувати надійність і безпеку зберігання даних.

### **3.4 Програма «Само - турагент» призначена для внутрішньої автоматизації окремого тур агентства або мережі агентств.**

**Вона** представляє ефективну можливість визначати склад і вартість турів по країнах і туроператорах (із завантаженням з Інтернету або за прямим введенням), вести пошук і аналіз пропозицій туроператорів і облік продажів. Комплекс дозволяє створювати архіви клієнтів, проводити автоматизований обмін заявками/підтвердженнями, формувати документи туриста, враховувати платежі. Для аналізу фінансового стану передбачені різні звіти.

**Програма "Туручет". Короткі відомості** Програма вирішує основні завдання в офісі тур фірми: зручність одержання інформації про фінансовий стан тур агентства, договорах, що течуть, з туристами, операторами й контрагентами.

**Програма «ТурУЧЕТ»** орієнтована на максимально швидке й просте введення інформації про клієнта й тур при оформленні, друк пакета документів по обраному клієнтом туру, облік грошей, сплачених операторові

й від клієнта, побудову фінансових звітів. Уся інформація зберігається в єдиній базі даних формату MS Access, щоб декілька менеджерів з різних ПК мали змогу одночасно вносити нові дані, корегувати, будувати звіти по цій інформаційній базі даних.

*Доповненням до програми «ТурУЧЕТ» є розробка «ТурПАСПОРТ»,*

призначена для автоматизації підготовки документів для закордонного паспорта. Завдяки їй фірми й компанії, які займаються оформленням пакета документів для одержання закордонного паспорта, суттєво скорочують час на обробку інформації про клієнта для розміщення її на необхідних бланках.

**Основні функції програми** – облік і автоматизація роботи в турфірмі, оформлення й друк пакета документів по обраному клієнтом туру (друк Путівки здійснюється на типографському бланку форми ТУР-1), облік грошей, сплачених оператору й від клієнта, побудова фінансових звітів. Крім того, реалізована можливість ведення внутрішніх платежів і витрат у фірмі - з можливістю бачити сальдо за будь-який період з урахуванням рахунку (каса, банк), проекту (тур бізнес, внутрішні витрати, авіакаси, і т.д.).

Уся інформація зберігається в єдиній базі даних, щоб декілька менеджерів з різних ПК мали змогу одночасно вносити нові дані, корегувати, будувати звіти по цій інформаційній базі даних.

### **Аналітична система Project Expert™**

Туристський і готельний бізнес — галузь, яка швидко розбудовується, і природно, вимагає інвестиційних вкладень. Для залучення інвесторів у турбізнес необхідно провести **аналіз ефективності інвестиційних вкладень** і комплексний порівняльний аналіз об'єктів капіталовкладень. Для цих цілей може бути використана програма інвестиційного аналізу: **Project Expert** (фірма Pro-Invest Consulting) і ін.

Оснoву систем керування інвестиційними проектами становлять спеціалізовані пакети (комплекси) програм. Програмне забезпечення застосованих технологій відрізняється кількістю форм звітності, якістю документації, зручністю роботи з ними, наявністю графічного інтерфейсу, підтримкою широкого класу зовнішніх обладнань і іншими характеристиками.

**За допомогою цих програм ефективно вирішуються завдання календарного планування робіт і ресурсів, а також оперативного керування. У цих пакетах передбачене дослідження проблем усього життєвого циклу інвестиційного проекту, зокрема розраховуються передінвестиційна стадія, стадії виходу проекту на заплановану потужність і його експлуатацію.**

Впровадження нових інформаційних технологій в областях прийняття інвестиційних розв'язків у туризмі й готельному бізнесі вимагає серйозної перебудови діючої системи обробки економічної інформації. При проведенні

економічного аналізу обов'язково повинне вирішуватися комплексне завдання побудови ефективної системи обробки економічної, управлінської, науковотехнічної, законодавчої, комерційної й інших видів інформації, яка не тільки сприяє практичній реалізації пропонованих економічних концепцій і програм в області соціально-культурного сервісу й туризму, але й значною мірою виявляє на них коригувальний вплив.

Планування розвитку підприємства вимагає застосування сучасних методик і інструментів, що знижують тимчасові витрати. Ефективним, адекватним розв'язуваням завданням є **метод імітаційного моделювання**, основу якого становить **сценарний підхід**. Імітаційні моделі дозволяють програвати різні варіанти розвитку підприємства, стану зовнішнього економічного оточення. Вони дають можливість перевірити різні ідеї, гіпотези й припущення щодо розвитку бізнесу, проаналізувати наслідки їх реалізації. Діяльність підприємства в моделі відтворюється за допомогою опису руху грошових потоків (надходжень і виплат, Cash-Flow) як подій, що відбуваються в різні періоди часу.

Названі підходи покладені в основу **аналітичної системи Project Expert** оцінки, що базується на методиці інвестиційних проектів UNIDO, що й **стала стандартом де-факто в області бізнес-планування й інвестиційного проектування в країнах Балтії**.

Послідовно моделюючи в системі плановану діяльність нового або діючого підприємства й зміни в економічному середовищі, можна вести інвестиційне проектування й фінансове планування, створювати бізнес-плани, що задовольняють міжнародним вимогам, а також оцінювати ефективність реалізації проектів.

Project Expert дозволяє проаналізувати альтернативні варіанти розвитку проекту й обрати оптимальний шлях розвитку підприємства, визначити потреби підприємства в коштах, підібрати оптимальну схему фінансування й умови кредитування, оцінити запас міцності бізнесу, ефективність вкладень для всіх учасників проекту, вибрати варіанти виробництва, закупівель і збуту, а також вести контроль над реалізацією проектів.

Система дозволяє моделювати діяльність підприємств різних розмірів – від невеликого приватного підприємства до холдингових структур. З її допомогою можна створювати проекти будь-якої складності – від розрахунків окупності нового обладнання до оцінки ефективності диверсифікованості діяльності підприємства. Project Expert не вимагає ані глибокого знання математики, ані вміння програмувати – необхідно тільки добре знати описуваний бізнес.



*Рис. 3 - Головне меню Project Expert*

*Робота із системою на різних стадіях розробки й реалізації інвестиційного проекту може бути описана у вигляді наступних основних кроків:*

- побудова моделі компанії і її економічного оточення в рамках проекту її розвитку;
- визначення потреби у фінансуванні проекту протягом часу;
- розробка стратегії фінансування;
- аналіз прогнозованих фінансових результатів;
- бізнес-планування й створення бізнес-плану – документа, що містить текстову частину, необхідні підсумкові таблиці, графіки й діаграми;
- аналіз даних про поточний стан проекту в процесі його реалізації.

### **Модель компанії**

Процес побудови моделі діяльності підприємства найбільш трудомісткий і вимагає підготовчої *роботи зі збору й аналізу вихідних даних*. Із системою Project Expert вам не буде потрібно ні глибокого знання математики, ні вміння програмувати – необхідно тільки добре знати описуваний бізнес. Система Project Expert дозволяє вам також протягом невеликого часу *розробити фінансову модель компанії*.