

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-51>

УДК 338.486.3:005.591.6:004.03

Інформаційні системи управління туристичними підприємствами та креативний підхід

Рудківський О.А.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і туризму
Житомирського державного технологічного університету

Рудківська А.Ю.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і туризму
Житомирського державного технологічного університету

Статтю присвячено дослідженню проблем упровадження та використання інформаційних систем на туристичних підприємствах. Інформаційна система управління туристичним підприємством використовується для ефективного управління туристичним підприємством. Її завдання полягає у забезпеченні менеджменту підприємства всією необхідною інформацією для ефективної його діяльності. Сфера туризму є досить динамічною. Виокремлюються декілька чинників, які визначають конкретну інформаційну систему туристичного підприємства: місце підприємства в процесі доведення та продажу туристичного продукту (туроператор або турфірма), розмір туристичного підприємства (великі, середні, малі), сфера туризму, сегмент ринку туристичного підприємства, поведінка потенційних споживачів та їх уподобання та ін. Нині на ринку програмного забезпечення для інформаційних систем управління туристичним підприємством присутні ERP- та CRM-рішення, а також їх гібриди (рішення для комп'ютерів та мобільних пристроїв, «хмарні» рішення). Інформаційні системи управління туристичним підприємством функціонують у тісному зв'язку з веб-сайтом туристичного підприємства, який, своєю чергою має зв'язок із зовнішніми глобальними базами даних, необхідними для роботи підприємства та управління ним.

Ключові слова: інформаційна система, інформаційна система управління, туризм, туристичне підприємство, менеджмент, креативний підхід.

Rudkovskiy O.A., Rudkovskaya A. Ю. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И КРЕАТИВНЫЙ ПОДХОД

Статья посвящена исследованию проблем внедрения и использования информационных систем туристическими предприятиями. Информационная система управления туристическим предприятием используется для эффективного управления туристическим предприятием. Ее задача состоит в обеспечении менеджмента предприятия всей необходимой информацией для эффективной деятельности. Сфера туризма является достаточно динамичной. Выделяются несколько факторов, которые определяют конкретную информационную систему туристического предприятия: место предприятия в процессе доведения и продажи туристического продукта (туроператор или турфирма), размер туристического предприятия (крупные, средние, малые), сфера туризма, сегмент рынка туристического предприятия, поведение потенциальных потребителей и их предпочтения и др. Сегодня на рынке программного обеспечения для информационных систем управления туристическим предприятием присутствуют ERP- и CRM-решения, а также их гибриды (решения для компьютеров и мобильных устройств, «облачные» решения). Информационные системы управления туристическим предприятием функционируют в тесной связи с сайтом туристического предприятия, который, в свою очередь, имеет связь с внешними глобальными базами данных, необходимыми для работы предприятия и управления им.

Ключевые слова: информационная система, информационная система управления, туризм, туристическое предприятие, менеджмент, креативный подход.

Rudkivskiy O.A., Rudkivska A.Yu. THE MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS OF TOURISM ENTERPRISE AND CREATIVE APPROACH

The article is devoted to research of problems of introduction and utilization of tourist enterprises management information systems. The tourist enterprise management information system is used for effective management of the tourist enterprise. Their task is to provide the enterprise management with all the necessary information for effective activity. The tourism industry is quite dynamic. There are several factors that determine the specific tourist enterprise management information system: the place of tourist enterprise in the distribution and selling the tourist product processes (tour operator or travel agency), the size of the tourist enterprise (large, medium, small), the tourism industry, the segment of the tourist enterprise market, the behavior of potential consumers and their preferences, etc. Today on the market of management information systems software for the tourist enterprise there are ERP and CRM solutions, as well as their hybrids (computers and mobile devices solutions, "cloud" solutions). Management information systems of the tourist enterprise function in close connection with the tourist enterprise website, in turn, has a connection with external global databases, necessary for the operation of the enterprise and its management.

Keywords: information system, management information system, tourism, tourism enterprise, management, creative approach.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Системи менеджменту туристичних підприємств потребують об'єктивного підходу до визначення необхідної інформаційної системи для управління бізнесом. Розмір і тип діяльності туристичної фірми є визначальними у цьому процесі. На ринку інформаційних продуктів існує невизначеність із вибором конкретного продукту клієнтом (туристичним підприємством), що в кінцевому підсумку призводить до проблем, пов'язаних з адаптацією інформаційної системи до умов туристичного підприємства, занадто високої повної вартості системи, невідповідності персоналу до роботи в системі, придбання неповноцінної системи, яка не охоплює необхідні бізнес-процеси, та ін. Від ефективно налагодженої роботи системи управління туристичним підприємством сьогодні залежать результативність залучення клієнтів, оптимізація роботи підприємства, ефективність прийнятих рішень тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань стосовно інформаційних систем знаходяться у працях Я.О. Лазор щодо сутності поняття «інформаційна система» [1]; Я.І. Виллюк, Б.М. Гаць – щодо інформаційного забезпечення туристичної галузі [2]; Л.Є. Шевчук – щодо використання комп'ютерних технологій у діяльності турагентств України [3]; М.С. Опалько, Т.Ю. Примак – щодо особливостей застосування сучасних ІТ в управлінні туристичними підприємствами [4]; Л.С. Стригуль, М.В. Івлева – щодо аналізу можливостей ІТ для здійснення туристичного бізнесу [5] та ін. (Ю.Б. Миронов, М.М. Скопень, Т.В. Тимофєєв, А.С. Татаринцева, І. Юхимчук, С.В. Домашенко, С.В. Мельниченко тощо). Цю проблему досліджували іноземні вчені: К. Вьобер (інформаційні системи маркетингу туристичного підприємства) [6]; І. Іван (інформаційні системи управління на основі мобільних технологій) [7]; Р. Бядач (сучасні інформаційні технології в туристичних інформаційних системах) [8] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість із розглянутих досліджень спрямована переважно на застосування сучасних ІТ у діяльності туристичних підприємств, проте мало розкрито питання інформаційних систем управління туристичними підприємствами, а особливо специфічні риси туристичного підприємства та туристичної діяльності та їх вплив на інформаційні системи та технології, що ним використовуються у діяльності; застосування

креативного підходу у застосуванні ІТ в інформаційній системі та туристичній діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення особливостей інформаційних систем туристичних підприємств, визначення альтернатив на ринку програмного забезпечення інформаційних систем управління туристичним підприємством, а також місце креативного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційна система (ІС) – це сукупність технічних, програмних та організаційних складників, що використовуються для збору, обробки, аналізу, зберігання та використання інформації для користувача з певною метою. Інформаційні системи покликані спростити діяльність у кожній окремій сфері застосуванням інформаційних технологій (ІТ).

Інформаційна система включає такі підсистеми, як:

1) технічна підсистема, представлена технічними засобами, які дають змогу виконати технічні функції ІС для користувача;

2) програмна підсистема, представлена програмними продуктами, які дають змогу виконати функції обробки інформації, її аналізу та ін.;

3) організаційна підсистема, представлена працівниками, що здійснюють операції, які не здійснюються, або не можуть бути здійснені за допомогою інших підсистем, а також відповідають за їх нормальне функціонування.

Інформаційна система управління (ІСУ) – це інформаційна система, яка забезпечує ефективну роботу системи менеджменту підприємства. ІСУ здійснюють допомогу у прийнятті управлінського рішення, відстеженні його виконання, аналізі й оцінці його виконання.

У всіх сферах людської діяльності існує специфіка щодо застосування інформаційних технологій, яка переважно й визначає вимоги до інформаційної системи управління, її апаратної, програмної та організаційної частин.

Особливості туристичної діяльності нетипові для інших сфер. Переважно виділяють два різновиди туристичних підприємств:

- 1) туристичні оператори (туроператори);
- 2) туристичні фірми (турфірми).

Туроператор є організацією, що займається комплектацією турів і формуванням комплексу послуг для туристів (розробленням), просуванням і реалізацією турів. Туроператор розробляє туристичні пакети, забезпечує надання туристичних послуг, розраховує ціни на тури, передає тури іншим туристичним фірмам для їх подальшої реалізації.

лізації туристам, забезпечує інформаційну підтримку процесу реалізації туру як для турфірм, так і для їх клієнтів.

Деякі туристичні підприємства поєднують функції туроператора і туристичної фірми, виступаючи як туроператор (підприємство, що формує туристичний продукт) за одним або кількома напрямками й як турфірма або турагенство (підприємство, що здійснює продаж туристичного продукту, створеного іншими туроператорами, збираючи і пропонуючи варіанти у напрямі, який зацікавив клієнта, у відповідних туроператорів, які працюють за цими напрямками) за багатьма іншими напрямками для розширення асортименту.

Основними специфічними чинниками туристичного бізнесу, що впливають і на інформаційні системи управління, є:

- сезонність туристичної діяльності (існує загальна тенденція, що найбільший потік туристів припадає саме на період відпусток, вихідних, святкових днів тощо);

- висока динамічність туристичної діяльності (необхідність швидко реагувати на певні події, які пов'язані з туристами: нещасні випадки, проблеми з перевізниками, проблеми з поселенням, робота з претензіями та ін.);

- ринок, який динамічно розвивається та є відносно новим (постійно зростає кількість туристів, що поповнюються представниками активного нового покоління; постійно оновлюються та змінюються інструменти боротьби за клієнта);

- наявність розвинених конкурентів (наявність конкуренції між великими туроператорами стосовно турів, а також між турфірмами стосовно залучення клієнтів);

- належність до сфери послуг (необхідно враховувати особливості туристичного продукту як послуги).

Вказані особливості туристичної діяльності переважно визначають специфіку інформаційної системи управління туристичними підприємствами.

Турфірми (турагентства) фактично не мають розвинутої інфраструктури інформаційної системи через незначну кількість робочих місць. Здебільшого типова турфірма має у розпорядженні декілька комп'ютерів із виходом в Інтернет-мережу від місцевого провайдера, які іноді обслуговуються системним адміністратором (або без регулярного обслуговування) [9]. Турагентства (турфірми), які представляють великі мережі, мають краще технічне забезпечення та мають регулярне обслуговування та є винятком для турфірм.

Великі туроператори мають досить розвинену інфраструктуру інформаційної системи, як зовнішню (пов'язану із взаємодією через Інтернет-мережу), так і внутрішню [9]. Це зумовлено особливостями бізнесу і тим, що за мінімальних інвестиційних вкладень у розвиток інформаційної системи в короткостроковому періоді відбувається відчутне поліпшення бізнес-процесів (автоматизація процесів роботи з турфірмами, готелями та ін., процесів роботи з клієнтами тощо). Туроператор як складна організація максимально може й використовує всі рішення стосовно інформаційної системи корпоративного рівня. Актуальним питанням в організації зовнішнього інформаційного обміну є механізм взаємодії з партнерами туристичного підприємства, особливо в інших країнах, регіонах, адже партнер може бути менш розвиненим у технологічному плані (особливо це стосується малорозвинених країн). Основним завданням інформаційної системи є передача даних та їх автоматична обробка, під час організації якого слід урахувувати швидкість процесу передачі й обробки, надійність механізмів інформаційного процесу та їх гнучкість).

Стосовно програмного складника інформаційної системи управління туристичними підприємствами слід відзначити, що невеликі турфірми переважно використовують веб-браузер та пакет MS Office (або програмне забезпечення з відкритим доступом), адже їм, наприклад, не потрібні великі бази даних та СУБД для управління ними, не треба налагоджувати зв'язки з партнерами і т. п. Але слід сказати, що турфірми можуть використовувати CRM-системи за умови ведення середньої або великої бази клієнтів.

Туроператори можуть використовувати CRM- і ERP-системи, але найкраще їхнім умовам відповідає гібрид систем, створений спеціально для туристичного бізнесу. Розробників такого програмного забезпечення мало, тому вибір туристичних підприємств обмежений. Вибір програмного забезпечення, яке буде застосовуватися у практиці туристичного підприємства, дуже важливий, адже його вплив відстежується у результатах роботи підприємства, його іміджі, оперативності, гнучкості та ін. Під час вибору програмного забезпечення необхідно враховувати такі особливості:

- програмний продукт повинен бути розроблений спеціально для туристичної сфери (необхідно передбачати питання трансферів, страхування, круїзів, квот авіаперевізників та ін.);

– програмний продукт повинен бути гнучким, швидко адаптуватися до змін, які відбуваються у туристичній діяльності підприємства. Нестабільність механізмів роботи з партнерами вельми розрізняється, тому немає особливого стандарту взаємодії;

– програмний продукт повинен легко інтегруватися (безперешкодний обмін даними між туристичними підприємствами та його контрагентами). Інтегруватися він повинен з усім програмним забезпеченням, яке може бути іншим у партнерів;

– програмний продукт повинен мати зручний інтерфейс. Працівники можуть бути гарними фахівцями в туристичній діяльності, але в переважній більшості далекі від володіння комп'ютером та сучасними інформаційними технологіями.

Сьогодні на ринку програмного забезпечення пропонується цілий перелік різної функціональної можливості інформаційних систем:

- 1) повноцінні комплексні системи ERP-класу;
- 2) системи для роботи з клієнтами CRM;
- 3) хмарні рішення для ERP та CRM (на основі інтернет, та мобільних технологій) та інші рішення.

SAP Business One – ERP-система, призначена для малих і середніх підприємств (саме до таких і належить більшість туристичних підприємств). Система ERP надає доступний спосіб комплексного управління бізнесом та взаємовідносин із клієнтами туристичного підприємства. Система містить багато модулів, які включають усі аспекти управління туристичним підприємством – від отримання замовлення до задоволення потреб клієнта.

Oracle E-Business Suite – сучасний комплекс програмних рішень з автоматизації та управління всіма процесами на підприємстві. Нині система являє собою єдиний у світі пакет, що повністю працює з використанням

web-технологій. Компоненти системи, що працюють на базі однієї платформи, дають змогу вирішувати широкий спектр завдань з управління електронним бізнесом. Завдяки більш ніж 150-ти функціональним модулям, що працюють на базі рішення Oracle E-Business Suite, можлива робота з автоматизації практично всіх сфер бізнесу починаючи від організації системи поставок та закупівель і закінчуючи системою взаємодії з клієнтами і системою збуту. Oracle E-Business Suite включає у себе операції з маркетингу, продажів, взаємодію з постачальниками і контрагентами, роботу з кадрами, ефективний управлінський облік.

ERP.travel – онлайн-система для автоматизації роботи турагентства. Система здійснює підбір за сайтами туроператорів, є зручною за інтерфейсом та функціональними можливостями для користування менеджерами турагентств, ERP.travel накопичує всю інформацію в одному місці: загальні рейтинги менеджерів і офісів, оперативні звіти про хід продажів і стан грошової маси, є однією програмою для всієї мережі турагентств, будь-якої кількості офісів і юридичних осіб в одній програмі з гнучким поділом видимості замовлень та клієнтів.

CRM OneBox має такі можливості: ведення бази контактів із поділом за групами; організація і проведення промоакцій із використанням email-розсилок; сповіщення клієнтів про події, пов'язані з їх обслуговуванням за допомогою SMS; формування вартості послуг і облік маржі за кожною угодою з урахуванням розрахунку в різних валютах; фіксування первинних і наступних звернень клієнтів, збереження їхньої історії та на підставі звернень формування вторинних пропозицій згідно з побажаннями; ведення бази документів, необхідних для поїздок за кордон, автоматизація візових операцій для точного дотримання термінів; використання особистого кабінету

Таблиця 1

ERP-системи для управління туристичним підприємством

№ з/п	Назва системи	Призначення	Наявність «хмарного рішення»	Наявність мобільного додатку
1.	SAP Business One	турагенція туроператор	+	+
2.	Oracle E-Business Suite	турагенція туроператор	+	+
3.	Microsoft Dynamics	турагенція туроператор	+	+
4.	ERP.travel	турагенція	+	-

Джерело: складено за даними сайтів компаній-розробників

Таблиця 2

CRM-системи для управління туристичним підприємством

№ з/п	Назва системи	Призначення	Наявність «хмарного рішення»	Наявність мобільного додатку
1.	CRM OneBox	турагенція	+	+
2.	CRM SalesDrive	турагенція	+	-
3.	MoiTuristy.ua	турагенція	+	-
4.	Bitrix24	турагенція	+	+
5.	Оверия-Туризм	турагенція туроператор	-	-
6.	amoCRM	турагенція	+	+
7.	Tourcontrol	турагенція	+	-

Джерело: складено за даними сайтів компаній-розробників

для взаємодії з клієнтами, у тому числі з online-оплатою; можливість розрахувати тур за певними ознаками, умовами; інтеграція із сайтом або сайтами, прийом і обробка заявок і звернень; мінімізація витрат на зв'язок із використанням IP-телефонії; створення бази мережеских туристичних агентств із безліччю філій зі своїми розділами бази контактів, статистикою звернень.

CRM SalesDrive здійснює повне ведення клієнта по туристичних послугах: оформлення заявки, відправка пропозицій на e-mail, нагадування і завдання, робота з документами (закордонним паспортом), повторні продажі для постійних клієнтів. Система має додаткові поля, призначені для турагентства, можливість створення декількох офісів, має можливість створення «воронки продажів», інтегрується із сайтом турагентства, здійснює підтримку рекламних кампаній з інтеграцією із Google.Analytics, Google.Adwords.

MoiTuristy.ua – це проста CRM-система для невеликих турагентств, яка дає змогу здійснити облік дзвінків і туристів, нагадування, передачу туристів між менеджерами або офісами, гнучке нарахування премій пропорційно внеску, e-мейл та смс-маркетинг, аналіз джерел продажів і облік робочого часу.

CRM Бітрікс24 для туристичного агентства передбачає залучення та утримання клієнтів турагентства; ефективність роботи менеджерів із продажу (завдання і нагадування); «воронку продажів»; достовірну власну аналітику.

«Оверия-Туризм» – програмний комплекс для туристичних агентств і туроператорів, що підвищує ефективність роботи туристичної компанії за рахунок: автоматизації рутинних процесів, зосередження всієї інформації компанії (у тому числі фінансової) в єдиній захищеній системі, дає змогу організувати роботу як великих, так і дрібних туристичних фірм і агентств.

AmoCRM для турфірм допомагає вирішити завдання з отримання клієнта, а потім супроводження протягом тривалого часу, максимально продовжуючи його Life Time Volume, від удакої реалізації яких туристичним агентством залежить успішність усього бізнесу.

Tourcontrol – хмарна CRM-система для автоматизації туристичних агентств, яка користується великою популярністю. Система передбачає: використання IP-телефонії, імпорт і супровід лідів, детальне ведення заявок (включаючи туристів, броні, квитки, розміщення, додаткові послуги, документи), базу клієнтів з історією, імпорт/експорт клієнтів (туристів і представників), календар справ, нагадувань і подій, підбори турів, довідник країн, міст і готелів (більше 400 тис. готелів + можливість додавати призначені для користувача), довідник постачальників, розмежування доступу по типам співробітників, безліч користувачів і офісів, передачу заявок між менеджерами і спільне виконання декількома менеджерами, статистику, маркетинг (джерела клієнтів, статуси заявок), фіксування всіх дій (протокол), внутрішній чат, сповіщення про важливі події в системі, автозаповнення та друк документів (квитанції про оплату, договори, додатки, фінансові гарантії та ін.), кабінет туриста та ін.

Більшість CRM-систем мають схожий функціонал, спрямований переважно на середні туристичні агентства, мають хмарні сервіси та інтеграцію із сайтом агентства та мобільними пристроями (за допомогою додатків).

Стосовно веб-сайтів туристичних підприємств, то невеликі турфірми мають власний промосайт із контактною інформацією або не мають узагалі (можуть поширювати оголошення, давати рекламу в мас-медіа, Інтернет-мережі і т. п.). Для великих туроператорів веб-технології є одним із головних ресурсів

для просування туристичних продуктів на ринку. Крім описів готелів і промофото, що породжують бажання у потенційного клієнта, основне функціональне призначення їх полягає у забезпеченні системи пошуку та підборі турів. Опис та ілюстрації дають змогу залучити клієнтів та купувати через сайт, їм потрібні інтуїтивно зрозумілий механізм підбору туру і достатня інформація про місце, готель у місці призначення.

Турфірма, яка використовує сайт туроператора для пошуку туру, зацікавлена в актуальності цін і можливості бронювання через сайт від свого імені (опис її цікавить менше). Існують спеціально створені сайти, де збирається інформація від різних туроператорів в одному місці. Механізм збору даної інформації теж цікавий, тому що кожен туроператор передає інформацію по-різному. У цьому простежується інтерес будь-якої турфірми отримувати оперативну та достовірну інформацію про наявність місць та дати заїзду в напрямку, в якому зацікавлений клієнт. Клієнтів зацікавлює більша кількість туроператорів, запропонованих на вибір, що реалізується за рахунок веб-технологій.

Креативний підхід до формування та розвитку інформаційних систем управління туристичним підприємством стосується багатьох аспектів його діяльності:

- сфери туризму, яка за своєю суттю має креативний характер;

- складник ІТ-креативу, який стосується інноваційних рішень у межах інформаційної системи управління туристичним підприємством, які дають змогу підвищити ефективність його роботи та виділитися серед конкурентів;

- складник системи менеджменту (особливо маркетингового менеджменту), який відповідає за розроблення унікальної стратегії туристичного підприємства, його маркетингових програм, формування його іміджу, чіткого виділення конкурентних переваг тощо.

Інформаційна система опосередковано через працівників туристичного підприємства, телефонні та Інтернет-контакти з потенційними та постійними його клієнтами дає змогу застосувати креативний підхід та реалізувати його, повноцінно доводячи необхідну інформацію до клієнта.

Переваги застосування креативного підходу до інформаційної системи управління такі:

- формування унікальної інформаційної системи управління, яка враховує корпоративну стратегію та специфіку туристичного підприємства;

- розроблення унікальних, зручних способів контактування з конкретними клієнтами туристичного підприємства, збору інформації про них;

- формування зручної, ефективної системи поширення інформації маркетингового характеру серед клієнтів;

- зручне індивідуалізоване програмне забезпечення для користування менеджерами туристичного підприємства;

- швидка обробка необхідної інформації, гнучкість інформаційної системи, її мобільність, доступність та ін.

Намагаючись реалізувати переваги креативного підходу, розробники програмного забезпечення для інформаційних систем управління туристичним підприємством пропонують різні рішення для туристичних підприємств із можливістю широкого пристосування до конкретного підприємства.

Висновки з цього дослідження. Інформаційна система управління туристичним підприємством є важливою для менеджменту підприємства, оскільки забезпечує необхідною інформацією для прийняття вчасних ефективних рішень. Особливості інформаційної системи залежать від виду діяльності туристичного підприємства, його місця в системі продажу туристичного продукту, розміру підприємства. Туроператори переважно використовують повноцінну інформаційну систему управління ERP-класу, оскільки мають переважно середній і великий розміри. Турфірми переважно мають невеликий розмір, вони спрямовані на роботу з клієнтами, а тому застосовують здебільшого CRM-системи. Більшість розробників програмного забезпечення для управління туристичним підприємством має в розпорядженні версії програмного забезпечення з наявністю «хмарних» рішень та мобільних додатків. Загальним для всіх туристичних підприємств є широке використання веб-сайтів для охоплення клієнтів, доступу до баз даних готелів, авіакомпаній тощо. Креативний підхід відіграє суттєву роль у диференціації туристичного підприємства на ринку шляхом пропозиції ІТ-новацій у поєднанні з маркетинговими рішеннями в межах інформаційної системи управління підприємством.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Лазор Я.О. Поняття та види інформаційних систем. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки. 2016. № 837. С. 80–86.
2. Виклюк Я.І., Гаць Б.М. Огляд сучасного стану інформаційного забезпечення функціонування туристичної галузі. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 715. С. 59–68.
3. Шевчук Л.Є. Автоматизація діяльності туристичної фірми. Культура народів Причорномор'я. 2012. № 232. С. 90–93.
4. Опалько М.С., Примак Т.Ю. Автоматизація управління туристичним підприємством як засіб підвищення ефективності його діяльності. Молодий вчений. 2016. № 5(32). С. 585–588.
5. Стригуль Л.С., Івлева М.В. Напрямки вдосконалення діяльності підприємств туристичної галузі за рахунок впровадження інформаційних технологій. Вісник НТУ «ХПІ». 2011. Вип. 30. С. 140–145.
6. Wöber K.W. Information Supply in Tourism Management by Marketing Decision Support Systems. Tourism Management. 2003. № 24. P. 241–255.
7. Ivan I., Surcel T., Milodin D. Tourism Management Information System based on Mobile Technology. URL: <http://www.ionivan.ro>.
8. Biadacz R., Biadacz M. The use of modern information technology in tourist information systems on the example of city of Czestochowa. Procedia Computer Science. 2018. № 65, P. 1105–1113. URL: www.sciencedirect.com.
9. IT в сфері туризму. URL: <https://habr.com/sandbox/26805/>.

REFERENCES:

1. Lazor Ja. (2016) Ponjattja ta vydy informacijnykh system [Concepts and types of information systems]. Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Juridical Sciences, no. 837, pp. 80–86.
2. Vyklyuk Ja., Ghacj B. (2011) Oghljad suchasnogho stanu informacijnogho zabezpechennja funkcionuvannja turystychnoji ghaluzi [An overview of the current state of information support for the functioning of the tourism industry]. Bulletin of the Lviv Polytechnic National University, no. 715, pp. 59–68.
3. Shevchuk L. (2012) Avtomatyzacija dijajlnosti turystychnoji firmy [Automation of the travel agency activities]. Culture of the peoples of the Black Sea, no. 232, pp. 90–93.
4. Opaljko M., Prymak T. (2016) Avtomatyzacija upravlinnja turystychnym pidpryjemstvom jak zasib pidvyshhennja efektyvnosti jogho dijajlnosti [Automation of tourist enterprise management as a means to increase the efficiency of its activities]. Young scientist, no. 5 (32), pp. 585–588.
5. Stryghulj L., Ivljeva M. (2011) Naprjamky vdoskonalennja dijajlnosti pidpryjemstv turystychnoji ghaluzi za rakhunok vprovadzhennja informacijnykh tekhnologhij [Directions of improvement of tourism industry enterprises activity at the expense of introduction of information technologies]. Bulletin of the NTU “KhPI”, vol. 30, pp. 140–145.
6. Karl W. Wöber (2003) Information Supply in Tourism Management by Marketing Decision Support Systems, Tourism Management, no. 24, pp. 241–255.
7. Ivan I., Surcel T., Milodin D. (2018) Tourism Management Information System based on Mobile Technology. Available at: <http://www.ionivan.ro>.
8. Biadacz R., Biadacz M. (2015) The use of modern information technology in tourist information systems on the example of city of Czestochowa, Procedia Computer Science, no. 65, pp. 1105–1113. Available at: www.sciencedirect.com.
9. IT v sfere turizma [IT in tourism]. Available at: <https://habr.com/sandbox/26805/>.