

смог осуществить цифровизацию клетки, то в открытой печати такие данные не появлялись. К сожалению, несмотря на достаточно значительную образовательную и исследовательскую школы (сельскохозяйственные вузы с факультетами и кафедрами экономической направленности), очень мало сообщений об исследованиях по данному направлению, публикации в научной литературе практически отсутствуют.

Государство, бесспорно, проделает огромную работу для обеспечения «цифровой экономики» соответствующего и соответственного ему суверенитета, будет развивать технологии и образование, поддерживать науку, локальные инновационные компании и т. д. В сельскохозяйственных вузах, где имеются факультеты экономики с кафедрами и производственной, и теоретической экономики, по которым можно проследить движение «цифровой экономики» на село, необходимо будет расширять и укреплять знающими специалистами, создавать новые лаборатории, обеспечивать их материалами, оборудованием. «Цифра», безусловно, поможет изменить жизнь общества в лучшую сторону, но не как носитель энергии и единица учета, хотя и в этом также есть смысл, а как носитель информации всех, в том числе новых технологических событий, многократно их оптимизируя и усиливая.

Вывод. Развитие цифровой экономики и цифровизация объектов сельскохозяйственного производства потребует вклада значительных финансовых и материальных ресурсов в его развитие, создания новых лабораторий соответствующего профиля с современным инструментарием и создание условий для творческой работы специалистов.

Список использованных источников

1. Ачаповская, М. З. Цифровизация экономики как драйвер инновационного развития / М. З. Ачаповская // Банкаўскі веснік. – 2019. – № 3/668. – С. 52–58.
2. Головенчик, Г. Г. Становление и развитие цифровой экономики в современных условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / Г. Г. Головенчик ; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2019. – 24 с.
3. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента РФ, 9 мая 2017 г., № 203 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2017.

УДК 338.24

Д. Д. Клев

*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, dashabotyankovskaya@mail.ru*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В индустрии туризма достаточно прочное положение приобрели результаты технического прогресса непосредственно в области информационных технологий. С появлением компьютерной сети Интернет, различных систем бронирования, каталогов путешествий по конкретным туристическим направлениям качество туристического продукта заметно улучшилось, себестоимость умень-

ишлась, затраты туристов на самостоятельный подбор и приобретение необходимого пакета туристических услуг сократились. Следует отметить, что проникновение информационных технологий в сектор туризма является очень действительно важным фактором повышения результативности деятельности предприятия. Туристические предприятия, осознавшие невероятные возможности информационных ресурсов и компьютерных технологий, а затем внедрившие их, получили невероятные конкурентные преимущества, способствующие их выживанию в условиях кризиса.

Ключевые слова: информационные технологии, туризм, система информационных технологий, Интернет, туристическое предприятие

D. Kleu

*Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus,
dashabotyanovskaya@mail.ru*

USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN A TOURIST ENTERPRISE

In the field of information technology, technological progress has gained a fairly strong position in the field of tourism. With the advent of the Internet computer network, reservation systems, tourist travel catalogs in different directions, the quality of the tourism product has improved markedly, the cost has decreased, the cost of tourists to independently search and purchase the necessary package of services has decreased. It should be noted that the penetration of modern information technologies into the tourism sector is a very important factor in increasing the efficiency of the enterprise's processes. Travel companies that realized the incredible capabilities of information resources and computer technology, and then implemented them, gained competitive advantages that allow them to survive in a crisis.

Keywords: *information technology, tourism, information technology system, Internet, travel agency*

В настоящее время невероятный уровень развития туристического бизнеса создает абсолютно инновационные условия к информационному обслуживанию. Появление совершенно прогрессивных технологий для формирования информационных процессов зависит непосредственно от нововведения компьютерных технологий.

Современные технические средства непосредственно включают в себя персональные компьютеры, телефонное оборудование, коммуникационные средства, локальные и непосредственно глобальные компьютерные сети, видеоинформационные системы.

Работу туристических предприятий совершенно невозможно вообразить без применения современных информационных технологий. Глобализация связывает людей и предприятия между собой непосредственно с помощью Интернета, телефонной связи, компьютерных сетей. Далее будут рассмотрены информационные системы, используемые на туристических предприятиях [1].

1. Программное обеспечение. В XXI в. совершенно невозможно уже представить современный офис, в котором нет компьютера или же кассового аппарата. Почти вся документация в современном мире ведется на компьютере, т. к. это намного удобнее и быстрее. Необходимо выделить программный пакет *Microsoft Office*, который содержит уже совершенно незаменимые стандартные программы *Word*, *Excel* и *PowerPoint*.

Word – программа для работы конкретно с текстовыми документами. Эта программа предназначена для набора и редактирования текста. В настоящее время большая часть дого-

воров с туристическими операторами, гостиницами и также авиакомпаниями оформляются в форме документов *Word* и доступны на сайте туристического оператора, гостиницы или авиакомпании либо пересылаются по почте. Туристические предприятия также составляют договоры со своими клиентами по той же программе и соответственно хранят документацию в этом формате.

Excel – программа, конкретно предназначенная для создания таблиц и графиков, позволяющая работать с большим объемом данных. Часто используется для расчета данных, автоматизации и упрощения использования сложных формул.

PowerPoint – это простая в использовании программа для подготовки презентаций. Она позволяет расположить материал в доступном формате для просмотра, просмотра конкретных данных путем создания графиков, а также рисования схем или же простого добавления картинок [2].

2. Телефонная связь. Важность телефонного общения, на самом деле, нельзя недооценивать, потому что этот способ, несомненно, самый эффективный для коммуникативной связи в любое время.

Для туристических предприятий телефон дает возможность:

- всегда оставаться на связи с клиентами и партнерами, общаться и получать необходимую информацию;
- способ проконсультировать клиентов, когда у них нет возможности приехать в офис [3].

3. Интернет. Современный туристический бизнес зависит непосредственно от наличия актуальной информации. Менеджер туристического предприятия должен принимать нужные сведения с минимальной задержкой во времени или же без задержки (в режиме онлайн). Это стало действительно возможным с возникновением глобальной сети Интернет. В настоящее время всемирная сеть объединила все компьютеры и электронные гаджеты и обеспечила моментальный обмен необходимых данных в глобальном поле информации.

Электронная почта способствует сократить расходы на передачу сообщений между собеседниками в десятки раз. Это могут быть договоры и контракты, групповые списки, туристические уведомления и другая информация, которая не требует обязательного отображения на бумаге с подлинными подписями и печатями. Кроме этого, можно применять почтовые системы с автоматической рассылкой необходимых сообщений о новом предложении туристического продукта, тура, маршрута, услуг. В таком случае пользователи, чьи электронные почтовые адреса доступны в этой системе обмена сообщениями, сразу же получают сообщение.

Туристические предприятия обладают действительно огромным потоком информации, поэтому менеджеры по туризму должны знать конкретные детали о странах, в которые они продают туры. Сюда входит информация о всей стране, менталитете коренного населения, основных достопримечательностях, погоде, характеристиках работы таможенных служб, обменного пункта и многое другое. Всемирная сеть действительно помогает справиться с этим многочисленным потоком полезной информации, т. к. она является доступом к дополнительной информации в *online* режиме. Также он помогает в работе с информацией, которую нужно постоянно обновлять. К этой информации относятся непосредственно прогноз погоды и курс валюты.

В Интернете есть большое количество информационных баз данных, которые эффективны для туристических предприятий. Эта информационная база данных туров по разным туристическим направлениям, информационная база данных всех маршрутных рейсов и доступных гостиниц, культурно-развлекательных и спортивно-оздоровительных центров, информационная база данных туристических операторов, авиакомпаний, гостиниц. Также имеются информационные базы многочисленных предприятий по конкретным городам, где размещение туристического предприятия вероятно сможет привлечь многочисленное количество потенциальных клиентов.

В настоящее время предприниматели довольно редко осуществляют платежи наличным способом. Туристы достаточно часто производят оплату посредством перевода или оплату кредитной картой. Сами туристические предприятия также производят электронные переводы туристическим операторам, авиакомпаниям и партнерам.

Оформление многих документов также можно осуществить непосредственно в Интернете. Например, оформить заграничный паспорт возможно в Интернете.

В настоящее время создание сайта для туристического предприятия является новой тенденцией. Многие туристические предприятия создают собственный сайт с возможностью для туриста забронировать тур самостоятельно. Также необходимо отметить, что сайт является выгодным методом привлечения потенциальных клиентов, создания имиджа, механизмом совершения предварительных продаж, поддержания связи с клиентами.

Интернет является невероятным по масштабам рекламным пространством. Вероятными потребителями рекламы, несомненно, являются пользователи Интернета и его довольно обширных возможностей. Реклама имеет различные формы: размещение рекламных баннеров на известных сайтах, продвижение сайта посредством поисковых систем, размещение в каталоге туристических предприятий города. Реклама в Интернете не имеет конкретной территориальной привязки, кроме того, она совершенно одинаково доступна для всех потребителей из любой точки мира [4].

Подключение к Интернету приносит туристическому предприятию конкретные возможности:

- получить свободный доступ к группам потребителей, чтобы предоставить конкретную информацию без больших затрат;
- эффективно обрабатывать запросы клиентов и бронировать необходимые услуги;
- самостоятельно формировать тур;
- применять электронные каталоги по странам и направлениям;
- эффективно и быстро обрабатывать заявки клиентов;
- ускорить обмен информацией со своими партнерами на туристическом рынке;
- достоверно распространять достаточно подробную информацию непосредственно о виде своей деятельности;
- снизить себестоимость печати, а также распространения рекламной продукции;
- получить быстрый и очень удобный доступ к справочникам, каталогам, энциклопедиям;
- предоставляется доступ к быстрой передачи данных текста, голоса и видео (электронная почта, социальные сети, мессенджеры и телефонная связь);
- бронировать отели, а также билеты на транспорт;

- внедрение эффективной рекламы;
- безналичные дистанционные расчеты;
- получать актуальные сведения непосредственно о загруженности отелей, стоимости проживания в них, стоимости экскурсионного обслуживания, трансфера, дополнительных услуг, а также медицинской страховки.

Мировой опыт достаточно точно показывает, что фактором, определяющим успех туристического предприятия, является непосредственно время обслуживания клиентов. Выигрывает то предприятие, которое может предоставить своему клиенту абсолютно полный спектр услуг в режиме реального времени. Вероятность ведения бизнеса в этом режиме связана с тем, посредством каких современных информационных технологий осуществляется обмен необходимой информацией между туристическим оператором, поставщиком услуг и туристическим агентом [5].

Список использованных источников

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника : учеб. пособие / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – М. : Форум, 2018. – 128 с.
2. Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции : учеб. пособие / Л. П. Гаврилов. – М. : Инфра-М, 2018. – 47 с.
3. Максимов, Н. В. Современные информационные технологии : учеб. пособие / Н. В. Максимов, Т. Л. Партыка, И. И. Попов. – М. : Форум, 2017. – 512 с.
4. Михеева, Е. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб. пособие / Е. В. Михеева. – М. : Академия, 2017. – 208 с.
5. Синаторов, С. В. Информационные технологии в туризме : учеб. пособие / С. В. Синаторов, О. В. Пикулик, Н. В. Боченина. – М. : Альфа-М, 2018. – 304 с.

УДК 004.45:336.1

О. Е. Конобеева¹, Е. Е. Конобеева²

Орловский государственный университет экономики и торговли, Орёл, Россия,

¹ oks_orel@mail.ru, ² e.lelikon@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА И ИХ АНАЛИЗ

Основное внимание уделяется условиям организации бизнеса на основе применения информационных систем с учетом зарубежного опыта и российской практики. Описаны принципы, задачи использования CRM-систем. Внедрение CRM-системы выводит организацию на новый уровень работы и качества обслуживания клиентов. Для эффективного и успешного внедрения необходимо учитывать множество факторов. Процесс внедрения всегда затрагивает клиентов организации, поэтому важно четко определить потребности компании (какие задачи должна решать CRM-система) и детально спланировать весь процесс.

Ключевые слова: CRM-системы, бизнес-процесс, информационные системы, автоматизация бизнес-процессов, оформление заявок клиентов