

УДК 004.9:338.48

Орехов И.С.,

студент

Научный руководитель: Зайцева Т.В., доц, к.т.н

Белгородский государственный национальный исследовательский

университет, г. Белгород, Российская Федерация

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ

Аннотация. В статье рассматривается влияние информационных технологий на повышение конкурентоспособности туристических агентств через разработку специализированной информационной системы. Описаны ключевые функции системы, включая автоматизацию бронирований, управление клиентскими данными и аналитику спроса. Продемонстрировано, как внедрение таких решений способствует оптимизации бизнес-процессов и улучшению клиентского сервиса.

Ключевые слова: информационные технологии, туристическое агентство, конкурентоспособность, автоматизация, CRM, аналитика данных.

Orekhov I.S.,

student

Academic Advisor: Zaitseva T.V., PhD of Engineering Sciences,

Associate Professor

Belgorod State National Research University,

Russia, Belgorod

ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM AGENCIES

Abstract. The article explores the impact of information technologies on enhancing the competitiveness of tourism agencies through the development of a specialized information system. It describes the system's key functions, including booking automation, customer data management, and demand analytics. The study demonstrates how implementing such solutions optimizes business processes and improves customer service.

Key words: information technologies, tourism agency, competitiveness, automation, CRM, data analytics

Современная туристическая индустрия функционирует в условиях высокой конкуренции и быстро меняющихся рыночных требований. Туристические агентства сталкиваются с необходимостью оперативно реагировать на запросы клиентов, предлагать персонализированные услуги и оптимизировать внутренние процессы. Разработка специализированных информационных систем управления деятельностью туристических агентств открывает новые возможности для автоматизации задач, анализа данных и повышения качества обслуживания.

Цель данной статьи — показать, как разработанная информационная система способствует повышению конкурентоспособности туристических агентств, обеспечивая их адаптацию к современным вызовам отрасли.

Разработанная информационная система (ИС) представляет собой комплексное решение, интегрирующее несколько функциональных модулей: автоматизацию бронирований, управление клиентскими данными (CRM) и аналитику спроса. Каждый из этих компонентов вносит вклад в повышение эффективности работы агентства и его конкурентных преимуществ.

Первый модуль — автоматизация бронирований — позволяет сократить время обработки заказов, минимизировать ошибки и исключить ручной ввод данных. Например, система автоматически связывается с

базами данных туроператоров, проверяет наличие мест и формирует подтверждение для клиента. Это не только ускоряет процесс, но и повышает доверие клиентов за счет оперативности и точности. Схема работы модуля представлена на рис. 1.

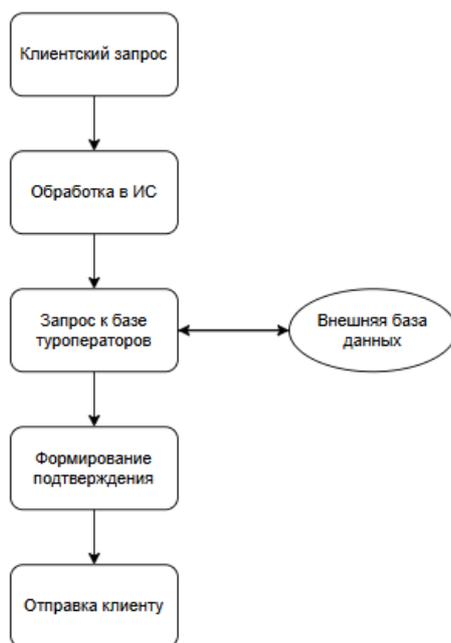


Рис. 1. Схема процесса автоматизации бронирований в ИС

Второй модуль — CRM-система — обеспечивает централизованное хранение информации о клиентах: их предпочтениях, истории заказов и обратной связи. Это позволяет агентству предлагать персонализированные туры, что особенно важно в условиях роста спроса на индивидуальные путешествия. Например, анализ данных о предыдущих поездках клиента помогает менеджеру быстро подобрать подходящий тур, увеличивая вероятность повторных обращений.

Третий модуль — аналитика спроса — использует накопленные данные для прогнозирования рыночных трендов. Система обрабатывает информацию о популярных направлениях, сезонности и ценовых предпочтениях, предоставляя агентству рекомендации по формированию

ассортимента услуг. Схема аналитического процесса представлена на рис. 2.

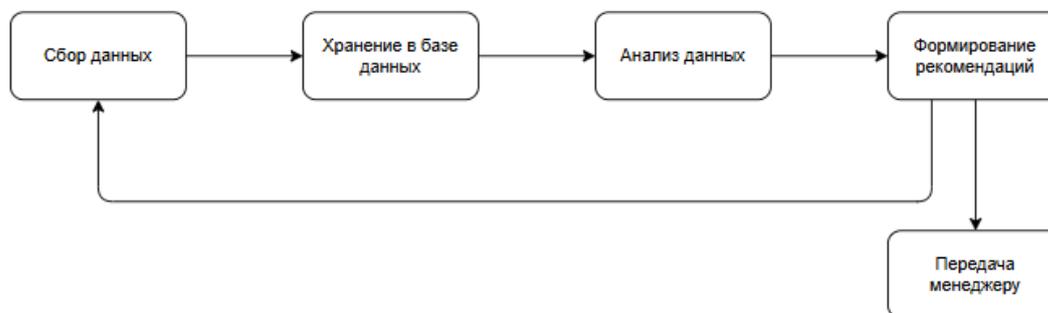


Рис. 2. Схема процесса аналитики спроса в ИС

Внедрение такой системы оказывает прямое влияние на конкурентоспособность агентства. Во-первых, автоматизация снижает операционные издержки, позволяя перераспределять ресурсы на маркетинг или расширение услуг. Во-вторых, улучшение клиентского сервиса за счет персонализации и скорости реакции повышает лояльность клиентов. В-третьих, аналитика данных дает стратегическое преимущество, помогая агентству адаптироваться к изменениям спроса раньше конкурентов.

Практическая реализация системы проводилась с использованием современных технологий, таких как Python для серверной логики, базы данных MySQL для хранения информации и веб-интерфейс на основе Django для удобства пользователей. Это обеспечивает масштабируемость решения и возможность интеграции с внешними сервисами, такими как онлайн-платежи или API туроператоров.

Разработанная информационная система демонстрирует, как информационные технологии способны трансформировать деятельность туристических агентств, повышая их конкурентоспособность. Автоматизация процессов, управление клиентскими данными и аналитика спроса позволяют агентствам работать эффективнее, лучше обслуживать клиентов и стратегически планировать развитие.

Перспективы дальнейшего развития системы включают внедрение искусственного интеллекта для более точного прогнозирования спроса, а также интеграцию с мобильными приложениями для удобства клиентов. Такие улучшения могут стать следующим шагом в укреплении позиций туристических агентств на рынке. Таким образом, ИТ не только поддерживают текущую деятельность, но и открывают новые горизонты для роста в условиях конкурентной среды.

Использованные источники:

1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. – Wiley, 2016. – URL: <https://www.wiley.com/en-us/Marketing+4+0-p-9781119341208> (дата обращения: 10.03.2025).
2. Buhalis, D. Technology in tourism: From information communication technologies to eTourism [Электронный ресурс] // Journal of Tourism Futures. – 2019. – Vol. 5, № 3. – P. 234–245. – URL: <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2019-0083> (дата обращения: 10.03.2025).
3. Сидорова, Е. В. Информационные системы в управлении туристическим бизнесом // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2020. – № 4. – С. 56–63. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43987654> (дата обращения: 11.03.2025).
4. Иванов, А. А. Автоматизация бизнес-процессов в туризме: современные подходы // Информатика и экономика. – 2021. – № 2. – С. 89–96. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46543210> (дата обращения: 11.03.2025).
5. Laudon, K. C., Laudon, J. P. Management Information Systems: Managing the Digital Firm. – Pearson, 2020. – URL: <https://www.pearson.com/store/p/management-information-systems/P100000691084> (дата обращения: 12.03.2025).