

## ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**О.О. Носирєв** канд. геогр. наук, доц.  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Становлення ринку туристичних послуг, необхідність розвитку готельно-туристичних комплексів, комерціалізація туристичної діяльності зумовили необхідність упровадження нових принципів маркетингу в діяльності підприємств індустрії гостинності та туризму. Кінцеві цілі діяльності готельно-туристичних підприємств можуть бути різними: залучення в регіон більшої кількості туристів, завоювання частки ринку, підвищення прибутку. Однак їхнє досягнення неможливе без маркетингової діяльності, яка являє собою спосіб ведення бізнесу, сфокусований на клієнті. Механізмом формування конкурентних переваг діяльності готельно-туристичного підприємства є впровадження в його діяльність системи управління взаємодії з клієнтом (*Customer Relationship Management System (CRM)*). Це стратегія організації бізнесу, у якій стосунки з клієнтами є центральними в його діяльності, оскільки саме клієнти складають основний актив. Головна мета CRM-стратегії – налагодження взаємовигідних стосунків з клієнтами, підвищення ефективності й дохідності компанії за рахунок залучення й утримання прибуткових клієнтів; співпраця з ними; запобігання їх переходу до конкурентів, збільшення прибутку компанії та результативність маркетингу [8].

Така система вирішує завдання, спрямовані на задоволення та утримання клієнтів, оптимізує діяльність підприємства, скорочуючи витрати коштів і часу, що пов'язані з пошуком та обробкою відповідної інформації, аналізом даних, управління, продажами і т.ін. Ідеальна CRM-система включає в себе базу даних щодо пакета послуг і їх цін, інформацію про стан ринку та конкурентів, систему планування діяльності, управління контактами й укладеними угодами, дозволяє здійснювати сегментацію ринку та цільової аудиторії, планувати проведення маркетингових кампаній, проводити маркетингові дослідження й аналізувати їх результати [8].

В індустрії готельно-туристичного бізнесу можна виділити наступні напрямки використання ІТ-технологій:

1. ІТ-технології, які оптимізують менеджмент в готелі: це комп'ютерні системи центрального управління готелем, системи управління внутрішніми службами, які дозволяють ефективно

обслуговувати гостей, технології оповіщення про готовність номерів, технологія замовлення їжі в ресторані.

2. Сервісні IT-технології: це глобальні системи бронювання, CRM-системи. Глобальні системи бронювання дозволяють клієнту (туристу) обрати для себе найзручніший варіант проживання, враховуючи всі переваги. Основою технології CRM є накопичення інформації про клієнта і управління цими даними. Бази даних клієнтів дозволяють детально вивчати цільову аудиторію готелю, прогнозувати попит на послуги, проводити ефективну маркетингову політику.

3. Інтернет-маркетинг. З розвитком індустрії туризму та готельної індустрії та збільшенням кількості і різноманітності готелів, клієнтам стає важко зробити вибір. У боротьбі за свого клієнта все більше розвивається конкуренція, і щоб її виграти, необхідно бути в тренді та використовувати нові інформаційні технології [9].

Розглядаючи маркетинг у сфері готельного бізнесу та туризму як основну ринкову концепцію управління, слід зазначити, що індустрії готельного та туристичного бізнесу за своїми основними характеристиками не мають принципових відмінностей від інших галузей, тому всі істотні положення сучасного маркетингу можуть бути повністю застосовані в готельно-туристичному маркетингу. Для підвищення ефективності маркетингового менеджменту готельно-туристичних підприємств необхідно постійно проводити дослідження ринку готельно-туристичних послуг, визначати ситуацію на ринку, виділяти прибуткові сегменти ринку. Ефективно організована маркетингова діяльність надає можливість підвищити ефективність роботи підприємств сфери туризму та готельного бізнесу та поліпшити бізнесу власну конкурентоспроможність [1].

### **Список використаних джерел**

8. Гречаник Н. Ю. CRM-система управління як новітній спосіб формування конкурентних переваг туристичного підприємства. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2011. № С. 57-62.

9. Халілова-Чуваєва Ю. А., Сорокіна Н. С. Сучасні тенденції розвитку IT-технологій у сфері готельного господарства. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. 21–22 березня 2019 р.* Черкаси: ЧДТУ, 2019. Т. 1. С. 66–68.

10. Мацеха Д.С., Бурий С.А. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 5. Т.2. С.43-47.