

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ



«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 5



Одеса
2023

АВТОМАТИЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТуРАГЕНТСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Александрова І. О.¹, Орлик О. В.²

¹ – студентка 3 курсу 37 гр., факультет міжнародної економіки,

² – канд. екон. наук, доцент, кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Александрова І. О., Орлик О. В. Автоматизація діяльності турагентств малого та середнього бізнесу. В статті визначена актуальність застосування CRM-систем в діяльності туристичних підприємств малого та середнього бізнесу. Окреслено переваги впровадження CRM-систем для турагентств. Охарактеризовано українську хмарну CRM-систему «МоїТуристи» та розкрито особливості її функціонування. Окреслено функціональні можливості та переваги даного програмного забезпечення для турагентств малого та середнього бізнесу.
Ключові слова: CRM-система, програмне забезпечення, інформація, туризм, клієнти.

Aleksandrova I., Orlyk O. Automation of small and medium business travel agencies. The article defines the relevance of CRM systems in the activities of small and medium-sized tourism enterprises. The advantages of implementing CRM systems for travel agencies are outlined. The Ukrainian cloud CRM system "My Tourists" is characterized and the features of its operation are disclosed. Functional capabilities and advantages of this software for travel agencies of small and medium businesses are outlined.

Keywords: CRM-system, software, information, tourism, clients.

Александрова І. О., Орлик О. В. Автоматизація діяльності турагентств малого та середнього бізнесу. Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2023. Вип. 5. С. 13–20.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасних умовах, з динамічним розвитком комп'ютерної техніки, можливістю доступу до мережі інтернет, появою різноманітних новітніх інформаційних технологій з'явилася та знайшли своє розповсюдження комп'ютерні системи бронювання, хмарні сервіси та CRM-системи. Необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності стає впровадження саме інформаційних систем та технологій, а головним фактором ефективної роботи турсервісів та турагентів виступає кількість і якість продаж.

Мета статті. Метою статті є: визначити значення та переваги від впровадження CRM-систем турагентствами малого та середнього бізнесу; охарактеризувати вітчизняну хмарну CRM-систему «МоїТуристи»; розкрити особливості даної системи; окреслити функціональні можливості та переваги, які надає даний програмний засіб для турагентств малого та середнього бізнесу.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Аналіз наукової літератури останніх років показав, що дослідження стосовно застосування на підприємствах систем для автоматизації взаємодії з клієнтами представлені у наукових працях таких вітчизняних вчених, як: І. О. Варіс, О. І. Кравчук, С. А. Завгородня [1], Н. П. Юрчук [2], Т. В. Марусей [3], Л. Б. Ліщинська [4] та ін. Безпосередньо питання щодо використання CRM-систем у діяльності вітчизняних туристичних підприємств знайшли відображення у наукових працях таких науковців, як: С. В. Мельниченко, К. А. Шеєнкова [5], Т. В. Лисюк, О. С. Терещук [6] та ін. Дослідження стосовно використання CRM-систем на вітчизняних підприємствах, як інструменту взаємодії з клієнтами та прийняття управлінських рішень, також проводились і О. В. Орлик [7; 8] – співавторкою даної статті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз показав, що питання стосовно застосування CRM-систем для удосконалення системи менеджменту туристичного підприємства залишаються актуальними і сьогодні, оскільки спеціалізоване програмне забезпечення для туризму постійно вдосконалюється.

Одним із прикладів українського програмного забезпечення для туристичного бізнесу – є CRM-система «МоїТуристи». Дана CRM-система є однією з найпростіших у використанні та має широкий набір функціональних можливостей. Оскільки зараз відбувається процес переходу туристичних підприємств на використання у своїй діяльності вітчизняних програмних засобів, то дослідження можливостей української хмарної CRM-системи «МоїТуристи» для автоматизації діяльності малих та середніх турагентств, є актуальним.

Виклад основного матеріалу. Ніша туризму є висококонкурентною, тому сьогодні для турагентств малого та середнього бізнесу дуже важлива правильна робота з клієнтами.

Для управління взаєминами з клієнтами туристичні підприємства використовують сучасні CRM-системи, що дозволяють компаніям управляти своїми відносинами з потенційними та існуючими клієнтами, отримувати максимальну інформацію про клієнтів у момент спілкування з ними, суттєво покращити якість обслуговування, сприяють підвищенню ефективності через підвищення лояльності споживачів, зміцненню конкурентних позицій на ринку та ін.

CRM (Customer Relationship Management, система управління взаємовідносинами з клієнтами) – прикладне програмне забезпечення, призначене для автоматизації взаємодії з клієнтами (замовниками), зокрема для підвищення рівня продажів, оптимізації маркетингу і поліпшення обслуговування клієнтів [9].

Використання CRM-систем дозволяє не тільки точно планувати обсяги продажів, але й вчасно визначити ринкові зміни, які призведуть у майбутньому до формування нових потреб клієнтів і утриманню сприятливого іміджу турфирми [5].

CRM система для туризму – це інструмент, що забезпечує автоматизацію багатьох процесів та допомагає масштабувати компанію.

CRM-модель взаємин з клієнтами в туризмі передбачає, що головними цілями діяльності туристичного підприємства є задоволення потреб клієнтів, забезпечення продажів і підвищення ефективності маркетингу. Досягається це за рахунок збереження інформації про клієнтів, історії взаємин з ними, поліпшення відповідних бізнес-процесів і подальшого аналізу результатів.

Система управління взаємовідносинами з клієнтами є своєрідним сховищем усіх контактів і даних клієнтів компанії. Вона зберігає загальну клієнтську базу, фіксує історію спілкування з кожним клієнтом і дозволяє використати зібрані дані в потрібний момент. Тим самим турагентство стає клієнтоорієнтованішим. Менеджер завжди має доступ до особистої інформації та уподобань клієнта. Це дає можливість прогнозувати бажання туриста та вчасно запропонувати цікаву подорож.

CRM також поєднує інформацію партнерів – авіакомпаній, готелів та інших. Завдяки цьому робота з клієнтами значно спрощується, а менеджер може швидше скласти пропозицію для клієнта. Система має широкі можливості аналітики та формування докладних звітів, проводить сегментування клієнтів. Також система контролює документообіг, підбирає кращі пропозиції, допомагає вести програму лояльності та має інструменти роботи з потенційними клієнтами. Завдяки докладним звітам та великій кількості інструментів для роботи з маркетингом, легко масштабувати бізнес та розширити можливості компанії.

CRM-системи для туризму включають необхідний набір інструментів для роботи з менеджерами, партнерами, клієнтами, бухгалтерією.

Найбільшу вигоду від використання CRM-системи отримують відділи продажу та маркетингу, які з її допомогою прискорюють процес продажу та укладають більше угод.

Переваги впровадження CRM-системи в роботу турагентств малого та середнього бізнесу наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги впровадження CRM-системи для турагентств

Напря́м	Переваги
1	2
Контроль продажів	<ul style="list-style-type: none">- контролювання продажів;- відстеження конверсії;- визначення найкращих напрямків;- відстеження результатів співробітників;

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> - надання даних про клієнтів; - формування цільової аудиторії; - порівняння продажів в різні періоди; - виконання інших завдань, що допомагають покращувати продажі.
Управління компанією	<ul style="list-style-type: none"> - зручний інструмент для контролю бізнес-процесів; - автоматизація бізнес-процесів; - зміна статусу замовлення; - автозаповнення полів; - впровадження індивідуальних програм лояльності; - обробка заявок; - автоматична розсилка клієнтам повідомлень; - автоматичні нагадування.
Звіти	<ul style="list-style-type: none"> - облік усіх фінансових операцій; - аналітика продажів по конкретних країнах; - інструменти створення воронки продажів; - відстеження динаміки зростання компанії; - дані про клієнтів, - дані про причини відмов клієнтів, - дані про потрібність послуг та інші звіти.
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> - розсилка повідомлень та спеціальних пропозицій; - програми лояльності; - брендування; - мобільні застосунки для клієнтів; - інтеграція з різними системами тощо.
Документообіг	<ul style="list-style-type: none"> - повний пакет документів із можливістю автозаповнення; - легке завантаження договорів, листів бронювання, пам'яток для туристів, додатків до договорів та інших документів, необхідних для роботи компанії.

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

За наявності системи налаштування під конкретне туристичне підприємство можна створити потужні інструменти, що дозволяють автоматизувати робочі процеси та покращити прибуток компанії.

На IT-ринку пропонується багато CRM-систем, в т. ч. для підприємств туристичної індустрії. Вони відрізняються за функціоналом, набором інструментів та вартістю. Серед таких CRM-систем, можна виділити хмарну CRM-систему «МоїТуристи».

«МоїТуристи» – це хмарна CRM-система для турагентств малого та середнього бізнесу, представлена на ринку програмного забезпечення для туристичного бізнесу з 2012 р. Система добре відображає усі етапи роботи з туристом, автоматизує щоденну роботу турагентства, веде та надійно зберігає базу клієнтів.

Програма являє собою хмарний вебзастосунок, який дозволяє працювати з будь-якої точки світу [11].

«МоїТуристи» – є незамінним помічником турагентів. За допомогою даної системи можна: завантажувати заявки з онлайнів ключових туристичних операторів в один клік; автоматично входити до кабінетів на сайтах туроператорів без введення логіну; автоматично заповнювати паспортні дані туристів на сторінці бронювання всіх туроператорів; заповнювати PLF-форми різних країн: Туреччини, Домінікани, Танзанії та ін. [12].

За допомогою CRM-системи «МоїТуристи» турагентства можуть вести облік клієнтів і заявок, створювати різні нагадування, вести звітність і статистику за різними параметрами, здійснювати розрахунок премій для співробітників, працювати з лінійкою продажів, організовувати поштові розсилки та SMS-розсилки, використовувати IP-телефонію, працювати із замовленнями із сайту, створювати мікроакаунти для туристів і т. д.

Дана CRM-система має всі інструменти, які суттєво полегшують роботу турагентів. Серед таких функціональних інструментів:

- Інструмент підбору турів – «Турсканер».
- Пошук чартерних білетів.
- Сервіс сканування закордонних паспортів.
- Інструмент імпорту заявок туристів із сайтів туроператорів.
- Інструмент автоматичного заповнення карт здоров'я.
- Інтеграція з IP-технологією, E-mail.
- Інтеграція з соцмережами (Facebook, Instagram).
- Сервіс розсилок E-mail та SMS.
- Сервіс підписання електронного договору з туристами за допомогою застосунку «Дія» або SMS та багато іншого [13].

Тобто, дана система має весь необхідний функціонал для роботи з клієнтами: ведення замовлення від моменту звернення туриста до його повернення до постійного місця проживання; фіксація оплат; календар справ і нагадування і т. д. Аби не шукати тури на різноманітних сайтах, в CRM «МоїТуристи» інтегрований професійний пошук турів «Турсканер». Саме він дозволяє швидко знайти підходящі пропозиції для кожного клієнта. Програма «МоїТуристи» дозволяє підтримувати постійний контакт як з теперішніми так і з минулими клієнтами, що формує позитивний імідж туристичної фірми.

У CRM-системі для кожного з користувачів передбачені різні режими доступу до розділів та даних, які налаштовуються залежно від посади та обов'язків співробітників. На даний момент у системі представлено чотири режими доступу: директор, бухгалтер, менеджер, маркетолог. Можливість доступу до того чи іншого розділу регулюється встановленими правами. Доступ до всіх розділів має лише обліковий запис із правами директора компанії.

У програмі наявні декілька основних розділів (табл. 2).

Характеристика основних розділів програми

Розділ	Характеристика розділу
Справи	Містить доступну форму для пошуку клієнтів у базі системи (за ім'ям або номером телефону клієнта, номером договору). Можна додавати нового клієнта та нове замовлення. Містить також область нагадувань, де відображаються нагадування, створені в налаштуваннях замовлення.
Клієнти	Містить розширену форму пошуку туристів та замовлень (за ім'ям, контактними даними, статусом замовлення, датою замовлення, за спеціальними мітками, за менеджером, що займається замовленням). Можна додавати нового клієнта та нове замовлення.
Платежі	Містить усю інформацію про витрати та доходи за тим чи іншим договором. Розділ доступний лише директору, бухгалтеру та менеджеру.
Турсканер	Надає можливість зручного і швидкого професійного пошуку турів за актуальними пропозиціями від провідних туроператорів. Забезпечує видачу результатів пошуку з прямим переходом на сайт туроператора і відмітками промо прайсів. Забезпечує зручний перегляд цін на інші дати та тривалості туру. З кошика можна сформувати красиву підбірку турів для відправки у вигляді короткого посилання в месенджери або на e-mail. Можливість відправки інформативного листа з пропозицією для туриста.
Статистика	Доступний користувачам облікових записів директора (без обмежень), менеджера та маркетолога (у обмеженому варіанті). Директору доступна інформація про показники завантаження менеджерів, їх дії у своїх акаунтах, премії, скоєних дзвінках, джерелах замовлень, статистику продажів по країнах та туроператорах, статистику продажів різних видів послуг (тур, квитки, страховка і т. д.). Менеджеру доступна інформація про дзвінки, премії та продажі, маркетологу – про дзвінки, джерела замовлень та продажі.
Розсилки	Можна створити SMS-розсилання, розсилання електронною поштою. Розділ доступний лише співробітникам з правами директора та маркетолога.
Налаштування	Співробітникам з правами менеджера, бухгалтера та маркетолога доступні налаштування облікового запису, форма для завантаження та редагування договорів, налаштування різних видів повідомлень клієнтам (про надходження оплати за тур тощо), полів у договорах та клієнтських профілях. Співробітникам з правами маркетолога доступний також підрозділ з налаштуваннями міток, які використовуються в профілях клієнтів для їх опису (VIP, постійний клієнт, гірськолижний відпочинок, екскурсійний відпочинок тощо).

Джерело: розроблено авторами на основі [11; 14]

Визначимо переваги CRM-системи «МоїТуристи» для турагентств малого та середнього бізнесу:

- автоматизація роботи туристичних компаній;
- можливість оформлення договорів із туристами;
- можливість виставляти рахунки клієнтам;
- можливість аналітики та створення докладних звітів;
- можливість ставити нагадування про телефонні дзвінки клієнтам;
- відображення всіх етапів роботи з клієнтом;
- простота використання, зрозумілий інтерфейс та навчальні відео;
- цілодобова підтримка від розробників системи.

Слід зазначити, що крім невеликих турагентств, система «МоїТуристи» може бути використана великими туристичними компаніями, які мають сотні офісів. Для них у програмі передбачені особливі можливості, що недоступні для невеликих компаній: автоматизація кількох офісів туристичної фірми; автоматичне додавання замовлень з будь-яких джерел; інтеграція з колл-центром [11].

Для роботи у системі необхідно зареєструватися на сайті (безкоштовно). Фірма-розробник програми надає можливість безкоштовно спробувати використати повний функціонал програми протягом 3 днів. Для роботи з повним функціоналом необхідно внести певну грошову суму.

Отже, зважаючи на те, що CRM-система надає ряд переваг бізнесу – від організації контактів до автоматизації ключових завдань, в сучасних умовах вона стає життєво важливим інструментом для туристичних підприємств будь-якого розміру.

Наприкінці слід зазначити, що ринок CRM-систем постійно розвивається. Прогнозується, що до 2025 р. прибуток CRM індустрії перевищить 80 млрд доларів. Це ринок програмного забезпечення, який найшвидше росте, що обумовлено споживчим попитом на більш якісне обслуговування клієнтів [15].

Висновки з даного дослідження. На основі вищевикладеного матеріалу можна зробити висновок, що вплинути на продажі можливо шляхом застосування CRM-системи в діяльності туристичного підприємства.

Українська CRM-система «МоїТуристи» має повний функціонал для ефективної роботи турагентств з клієнтами. Вона зберігає усю інформацію про клієнтів в одному місці і співробітники туристичної компанії мають цілодобовий доступ до цієї інформації. Багатофункціональність даної програми дозволяє якісно працювати з базою даних.

ЛІТЕРАТУРА

1. Варіс І. О., Кравчук О. І., Завгородня С. А. Цифрова трансформація бізнесу: вибір, впровадження та вдосконалення CRM-систем. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. № 2, Т. 5. С. 48–66. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/139/124>. DOI: 10.15276/mdt.5.2.2021.5 (дата звернення: 19.01.2023).

2. Юрчук Н. П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23, Ч. 2. С. 141–146. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/23_2_2019.pdf#page=141 (дата звернення: 19.01.2023).
3. Марусей Т. В. Впровадження CRM-систем у маркетингову діяльність підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 6. С. 87–89. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2016/20.pdf (дата звернення: 19.01.2023).
4. Ліщинська Л. Б. Основні аспекти автоматизації роботи з клієнтами засобами CRM-систем. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 5 (1). С. 206–209. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_5\(1\)_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_5(1)_44) (дата звернення: 19.01.2023).
5. Мельниченко С. В., Шеснкова К. А. Управління бізнес-процесами в туризмі : монографія. К. : КНТЕУ, 2015. 264 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/ff2c2cb96d576a1a5f1a75fdf506abf42.pdf> (дата звернення: 19.01.2023).
6. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Арендарчук А. А. Технологічні інновації у діяльності вітчизняних туристичних підприємств. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2021. Вип. 1 (62). С. 76-81. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2021/62_2021/14.pdf. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.62-12> (дата звернення: 19.01.2023).
7. Міщенко Д. О., Орлик О. В. CRM-системи в маркетинговій діяльності сучасних підприємств. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2022. Вип. 4. С. 67–76.
8. Сакали О. П., Орлик О. В. Бітрікс24 як інструмент взаємодії з клієнтом та прийняття управлінських рішень. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2021. Вип. 3. С. 150–159.
9. Customer Relationship Management, CRM. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/customer-relationship-management-crm> (дата звернення: 21.01.2023).
10. CRM для туристичної агенції. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/crm-dlya-turagentstva> (дата звернення: 21.01.2023).
11. Розбо І. МоиТуристы: простая CRM для автоматизации турфирмы. URL: <https://www.tourbc.ru/tehnologii/obzory/236-crm-sistema-moituristy.html> (дата звернення: 21.01.2023).
12. МоиТуристы. Помічник / Веб-магазин Chrome : сайт. URL: <https://bit.ly/3Xna7R3> (дата звернення: 21.01.2023).
13. CRM-система і пошук турів для турагенцій, які хочуть вести бізнес на вищому рівні / МоиТуристы : сайт. URL: <https://moituristy.ua/ua> (дата звернення: 21.01.2023).
14. Турсканер / МоиТуристы : сайт. URL: <https://moituristy.com.ua/tourscanner?sl=true> (дата звернення: 21.01.2023).
15. Позняк А. Навіщо впроваджувати CRM-систему: основні функції та переваги. URL: <https://nethunt.ua/blog/navishcho-vprovadzhuвати-crm-sistemu-osnovni-funktsiyi-ta-pierievaghi/> (дата звернення: 21.01.2023).