

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Важнейшей особенностью туризма является то, что взаимосвязь между производителями и поставщиками осуществляется не товаром, а потоками информации. Информация, используемая в индустрии туризма, всегда должна быть актуальной и **своевременно доступна из различных точек земного шара. Поэтому туристические фирмы и организации являются крупнейшими потребителями информационных и телекоммуникационных технологий, и располагают одним из наиболее высоких уровней компьютерной оснащенности в деловом мире.**

Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т.д. Все это необходимо для организации и ведения работы с клиентами и партнерами фирмы, а также для получения статистических и аналитических данных деятельности туристской фирмы.

Информационная технология – системно организованная совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения развитого программного обеспечения, телекоммуникаций, аппаратных (технических) средств.

Современные информационные технологии основаны на использовании компьютеров, объединенных в локальные, региональные или глобальные компьютерные сети для генерации, сбора, обмена и хранения коммерческой информации.

Основными проблемами внедрения информационных технологий в турбизнес России являются значительное количество турфирм с разным уровнем автоматизации, невозможность мгновенной оплаты заказанных

клиентом туристических услуг по Интернет по причине отсутствия в стране единой системы электронных платежей.

Выделим основные достижения информационных технологий в системе управления туристического агентства:

- выход внутриофисных программ в Интернет;
- удаленный доступ к базе принимающей стороны для подтверждения услуг в реальном масштабе времени;
- доступ клиентов к офисной базе через Интернет;
- создание крупных Интернет-порталов и интернет-маркетов.

Важно выбрать то программное обеспечение, которое максимально близко по идеологии управления. Потом что-то менять в программном обеспечении – путь бесперспективный (для этого надо хорошо разбираться в программировании, проектировании и знать систему изнутри).

Необходимо установить высокий приоритет процессу внедрения системы автоматизации среди остальных организационных и коммерческих процессов, наделить высокими полномочиями ответственного для внедрения.

Необходимо создать среди всех сотрудников атмосферу неотвратимости внедрения и организационными мерами повысить темп освоения новых технологий.

Внедрение системы автоматизации невозможно закончить, можно лишь прекратить. Система должна все время совершенствоваться в процессе своей эксплуатации вместе с прогрессом информационных технологий.

По результатам анализа турфирмы ООО «Инна Тур» можно сделать следующие выводы.

Цель турфирмы ООО «Инна Тур» – достигнуть высоких показателей в работе путем удовлетворения желаний клиентов.

Таким образом, за счет предоставления широкого перечня услуг ООО «Инна Тур» функционирует круглый год.

Руководство туристского предприятия утверждает порядок и процедуры разработки конкретной услуги, организации предоставления услуги и определяет ответственность каждого участника процесса проектирования услуги.

По результатам SWOT-анализа ООО «Инна Тур» можно сделать следующие выводы.

Обслуживание дополнительных групп потребителей, например, студентов, дают преимущество исследуемому предприятию перед конкурентами. В то же время наличие эксклюзивных туров, относительно невысокие цены, позволят избежать конкурентной угрозы.

В связи с тем, что в турфирме отсутствует маркетолог, все маркетинговые исследования проводятся менеджерами турфирмы не регулярно.

Турфирме ООО «Инна Тур» необходимо наладить связи с общественностью, в частности, с клиентами. В большинстве случаев, клиенты, которых все устраивает – не распространяются относительно того, насколько «прекрасна» турфирма, но они порекомендуют ее, если к ним обратятся за советом. Однако, неудовлетворенный клиент, напротив, не может утерпеть, чтобы не сообщить всем и каждому о том, с каким обращением он столкнулся в турфирме.

Одной из проблем в турфирме является большая нагрузка на специалистов, особенно в период наиболее повышенного спроса на туристические услуги.

Высокий уровень ручного труда и т. п. могут воспрепятствовать включению турфирмы в ряд ведущих лидеров, поэтому необходимым является внедрение современных технологий.

Развитие информационных технологий может быть использовано турфирмой для внедрения более совершенных систем автоматизации, а это, в свою очередь упростит ведение отчетности, повысит скорость обслуживания посетителей, будет способствовать оптимизации процессов оформления заказа.

Для улучшения системы управления ООО «Инна Тур» предлагается использовать в деятельности ООО «Инна Тур» программу по автоматизации турфирмы «МоиДокументы-Туризм».

Суммарные затраты на разработку программного обеспечения и обучение персонала работе в системе равны сумме издержек по всем статьям затрат и принимают значение равное 119460,85тыс. руб.

Годовая экономия есть разница между расходами при ручной обработке информации за период разработки и годовыми затратами на заполнение документов при использовании системы. Таким образом, она составляет: 591370,20 руб. Коэффициент ROI на разработку и адаптацию и составляет 4,95. Срок окупаемости составляет 0,2 года. Прибыль за 1 год проекта составит 591370,20 тыс. руб., что на 581813,33 руб. больше суммы полученной по процентам.

Из анализа показателей экономической эффективности можно сделать вывод о том, что использование программы «МоиДокументы-Туризм» является выгодным для компании ООО «Инна Тур».