

*Кір'ян О.І., к.е.н, доцент,  
доцент кафедри економіки та менеджменту,  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

*Гайдаш М.О.,  
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

## **СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ**

Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [1, Ст.1]. Туристична компанія – це організація або організаційна єдність, що створює та надає клієнтам туристичний продукт (комплекс туристичних послуг з перевезення, розміщення, організації культурного відпочинку та розваг та ін.) [1, Ст.1]. Оскільки туризм має майже 20 різних видів [1, Ст.5], то й діяльність туристичних компаній є дуже різноманітною. Однак діяльність всіх без винятку туристичних компаній вимагає організації взаємодії багатьох об'єктів, що розмежовані в просторі, та послуг і процесів, що розмежовані в часі. Так попереднє замовлення трансферу, бронювання часу та місця отримання послуги може здійснюватися навіть за півроку до безпосереднього їх отримання клієнтом.

Одна й та сама організація може співпрацювати з багатьма туристичними компаніями, а туристична компанія – з багатьма різноманітними організаціями та особами. Це викликає необхідність мати досить потужну, одночасно розгалужену та систематизовану інформаційну базу (сукупність упорядкованої інформації, яка використовується при функціонуванні інформаційної системи), якою може скористатися в разі потреби кожен працівник в місці його знаходження; внести в неї найновітніші зміни стану, які будуть негайно доступні всім іншим працівникам

компанії; в якій інформація не дублюється і не накладається при одночасному зверненні з декількох точок доступу.

Проблемною складовою в рамках глобального економічного середовища стає мовне розмаїття користувачів інформаційної бази – клієнтів туристичної компанії. Якщо співробітники повинні працювати в межах, визначених трудовою угодою, в якій в т.ч. може бути обумовлене вміння користування певними мовами (а звітна документація повинна бути виконана на державній мові країни, в якій зареєстрована компанія), то клієнт частіш за все не буде перекладати незнайому мову для простого ознайомлення з туристичним продуктом (тож рекламний продукт повинен бути досяжний для автоматичного перекладу на мову користувача або давати йому можливість отримати зрозумілий он-лайн переклад). Тому і працівники інформаційних підрозділів, і всі працівники компанії, що формують інформаційну базу, повинні враховувати вказаний чинник та створювати кожен елемент інформації відповідно до потреб компанії та клієнтів. Мається на увазі і багатомовні матеріали, що дозволяють переключатися залежно від країни звернення, і структура текстів, що дозволить їх перекладати на інші мови без втрати основного змісту.

Ще однією вимогою до інформаційної бази туристичної компанії стає можливість зберігати значні масиви інформації, в тому числі архівні бази даних. Це необхідно як для дотримання вимог законодавства України [2], так і для реакції на можливі запити від державних органів, для звітування щодо діяльності, доведення щодо її здійснення в правовому полі, для можливості звернутися до даних відповідного періоду в разі виникнення суперечок з партнерами, клієнтами, працівниками, державними органами. При цьому необхідно мати можливість швидкого знаходження, копіювання, використання інформації в архівах інформаційної бази. Тож при удосконаленні каталогізації інформації, зміни структури її розміщення виникає потреба періодичного впорядкування і архівної

інформації під вимоги сьогодення. Для того, щоб інформація в інформаційній базі була доступна, прийнятна для сприйняття та роботи, необхідним вбачаємо впровадження стандартизації та уніфікації і найменування її елементів.

Для того, щоб кожен працівник міг не тільки користуватися базою, але й вірно її наповнювати, необхідно, на наш погляд, забезпечити наявність відповідних інформаційно-ознайомчих матеріалів, які б дали можливість кожному робітнику виконувати свою частину роботи з урахуванням стандартів роботи з інформацією всієї туристичної компанії. На наш погляд, таким матеріалом повинен стати електронний довідник, що буде відповідати окремим розділам інформаційної бази. Це дозволить застосувати певні рівні доступу до інформації робітників різних рівнів, не давати можливості робітникам без відповідного рівня доступу входити до бази даних, що є комерційною таємницею.

На наш погляд ці та інші кроки до створення сучасної інформаційної бази дозволять туристичним компаніям суттєво поліпшити роботу з клієнтами та партнерами, дадуть можливість покращити прогнозування та стратегічне планування майбутньої діяльності.

#### **Список використаної літератури:**

1. Про Туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Перелік типових документів, що створюються під час діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування, інших установ, підприємств та організацій, із зазначенням строків зберігання документів, затверджений наказом Міністерства юстиції України від 12.04.2012 № 578/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0571-12#Text>.