

УДК 381.3

А.Н.Землянухин

НЕКОТОРЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

ОАО "Центрторг", г. Воронеж

Проводится обсуждение возможностей информационных технологий, применяемых в туристической индустрии. Указаны достоинства создания электронных билетов.

Ключевые слова: информационные технологии, туризм, бизнес, интернет.

Для совокупности различных информационных потоков, существующих в туристическом бизнесе, можно обозначить три большие части, которые определяют значительное участие в производстве и потреблении информации: туристы, посредники и поставщики.

Целью данной работы является проведение анализа особенностей применения информационных технологий в туристическом бизнесе с точки зрения этих трех частей.

Туристам необходима информация о продуктах. Она представляется в виде сгруппированных цен на туры, расписаний транспорта, данных о тех заказах которые сейчас можно сделать.

При этом посредники или поставщики ждут информацию от туриста, с целью успешного проведения его заказов.

Туристическая информация является довольно сильно насыщенной. Информация должна предоставляться, собираться, применяться, передаваться каждый день. Нельзя услугу рассматривать в пунктах продажи, как обычные товары. Услуга приобретается перед путешествием, когда еще человек не находится в пункте своего назначения. В этой связи возрастает роль коммуникаций [1-3]. Информационные технологии могут использоваться при обеспечении различных видов туризма [4, 5]

Можно выделить особенности работы в туризме, при которых информация является тем объединяющим фактором для различных подразделений. Выделяется особенность функционирования туризма: информация позволяет провести группирование разных подразделений.

Ведь за счет информационных потоков, формируются связи среди компаний по туристическим услугам, отметим, что в информацию могут входить не просто данные туриста или описание услуг, но и данные о платежах. Туристическому предприятию необходимо привлекать квалифицированных инженеров для поддержки работы компьютерных сетей [6].

Активное использование интернет-технологий предоставляет возможность осуществления многих процессов в индустрии туризма.

Проведение формирования распределенных компьютерных систем для обеспечения бронирования по средствам размещения и транспорту, экскурсионному и культурно-оздоровительному обслуживанию, выдача информации о существовании и степени доступности определенных туров, маршрутов – эта совокупность вопросов представляет интерес при составлении плана и деятельности предприятий, связанных с туризмом.

На основе электронного билета (e-ticket) могут происходить перемещения туристов. Он представляет собой тип электронного документа, позволяющего удостоверить договор по воздушной перевозке среди пассажиров и авиакомпанией. Данные электронного билета хранятся в базе данных, то есть он не требует использования бумажных носителей информации.

В рамках такой технологии процессы перемещения, перелета становятся более удобными, то есть цифровая форма есть замена для бумажного билета.

Например, анализ показывает, что имели место такие ограничения:

1. Необходимо выпускать авиабилет с применением специальных бланков, которые имеют средства защиты от подделок (в качестве примера можно привести, бумагу с водяными знаками).
2. Для бланков авиабилетов должны работать правила строгой отчетности. То есть, их необходимо соответствующим образом учитывать, хранить, передавать для использования, утилизировать.
3. При выпуске авиабилета необходимо обеспечивать процессы копирования информации с билета на соответствующие другие источники, в дальнейшем эти носители передаются в другие организации с целями учета, применения, проведения процессов архивирования и других целей.

Указанные характеристики определяли процесс выпуска авиабилетов как комплексный и дорогостоящий. На выпуск одного билета компании тратили далеко не один доллар.

Решения, связанные с электронными билетами возникли менее 20 лет назад на американском рынке. К настоящему времени эти технологии широко распространены для большинства стран мира. Например, тот, кто является членом Международной Ассоциации воздушного транспорта, должен применять указанные билеты.

За последние 15 лет произошел буквально информационный бум. Заметно увеличились скорости передачи информации, методы ее обработки, улучшаются характеристики для больших, распределенных баз данных, возрастают скорости поиска информации. В результате стало возможным возникновение технологий электронных билетов. По мере

развития средств, связанных с электронной коммерцией и электронными платежами возникают возможности оплат авиабилетов с привлечением автоматизированных устройств (банкомат, платежные терминалы, автоматизированная банковская система).

На основе информационных технологий легче проводить анализ процессов управления на туристическом предприятии [7-13].

Информационные технологии влияют на туристическую отрасль для различных стадий формирования и продвижения турпродуктов. Довольно сильно компьютерные технологии связаны с тем, как идет продвижение туристского продукта (это касается распространения и продаж). Большею частью, это определяется возможностями создания новых подходов, в рамках развития маркетинговых технологий продвижения и проведения процедур сбыта туристских продуктов [14, 15]. Например, говоря о рекламе, можно упомянуть использование прямой рассылки туристской информации на основе средств электронной почты (так называемая, direct-mail). Во многих случаях туристские предприятия формируют для себя сайты в Интернете, прибегают к использованию баннерной рекламы.

Те компании, которые ориентированы на Internet-средства, имеют комплекс дополнительных возможностей для осуществления привлечений потребителей и вывода на рынок большого числа экономичных подходов, связанных с продвижением собственных услуг [16].

На основе использования мультимедийных технологий можно быстро выдать для потенциального клиента информацию, связанную с любыми интересующего его турами, то есть быстро и безошибочно выбирается необходимый турпродукт. В такой ситуации у туроператора (турагента) есть возможности, если это необходимо, делать определенные изменения, касающиеся данного тура, или может быть сформирован новый специальный, делать процедуры бронирования мест и осуществлять продажи туристам созданные в оперативном режиме туристских услуг.

Видны заметные изменения, касающиеся менеджмента в туристском бизнесе. В рамках современного уровня стратегического развития турбизнеса и жесткой конкуренции в таких областях определяют необходимость развития информационных систем. По функциональным возможностям указанных систем есть требования, связанные с особенностями ввода, редактирования и хранения информации о туре, гостинице, клиенте, о том, какое состояние заявки. Вывод информации может быть разным: анкеты, ваучеры, списки туристов, характеристики туров, отелей; должна рассчитываться стоимость туров с ориентацией на курс валют, возможных скидок, необходимо проводить контроль оплаты туров, формировать финансовую отчетность, делать переводы по экспорту-импорту данных в в разные программные продукты (редакторы, электронные таблицы, бухгалтерские программы). Осуществление заказа

по разработке уникальных информационных систем автоматизации для туристского офиса может стоить весьма дорого.

Информационные технологии могут применяться при подготовке как менеджеров, так и руководящего состава в туристическом бизнесе. При этом необходимо использовать передовые технологии обучения [17-20].

Вывод. На основе использования информационных технологий предприятия туристической индустрии имеют возможности улучшить качество обслуживания клиентов и занять устойчивое место на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бессонова А.А. Управление социально-экономическими системами в условиях модернизации / А.А.Бессонова, В.В.Дубинин, И.Я.Львович, Ж.И.Лялина, А.П.Преображенский, Е.Д.Рубинштейн, М.А.Салтыков, В.Н.Филипова, И.В.Филиппова // коллективная монография / Саратов, Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Центр профессионального менеджмента "Академия Бизнеса", 2013, 110 с.
2. Филипова В.Н., Пивоварова Ю.А. О некоторых инновациях, используемых в туристическом бизнесе/ Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 202-206.
3. Верченко Г.И. Информационные технологии в управлении предприятием / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 209-211.
4. Филипова В.Н. Особенности промышленного туризма / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2011. № 8. С. 138-139.
5. Филипова В.Н. Проблемы экотуризма в заповедниках и национальных парках / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 11. С. 126-128.
6. Жданова М.М., Преображенский А.П. Вопросы формирования профессионально важных качеств инженера /Вестник Таджикского технического университета. 2011. Т. 4. № -4. С. 122-124.
7. Преображенский Ю.П., Паневин Р.Ю. Формулировка и классификация задач оптимального управления производственными объектами / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2010. Т. 6. № 5. С. 99-102.
8. Ряжских А.М., Преображенский Ю.П. Построение стохастических моделей оптимизации бизнес-процессов / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 079-081.
9. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов

- адаптации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 133-134.
10. Лисицкий Д.С., Преображенский Ю.П. Построение имитационной модели социально-экономической системы / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 135-136.
 11. Преображенский Ю.П. Оценка эффективности применения системы интеллектуальной поддержки принятия решений / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2009. № 5. С. 116-119.
 12. Моугаз Д., Львович И.Я. Модель интеллектуальной системы управления транспортными потоками / Системы управления и информационные технологии. 2009. № 2.2 (36). С. 270-273.
 13. Львович И.Я., Родионов К.В. Разработка системы поддержки принятия управленческих решений деятельности предприятия / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2007. Т. 3. № 8. С. 191-192.
 14. Филипова В.Н., Коренюгина А.А., Титова О.Э. Проблемы маркетинга в туристической деятельности / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 206-208.
 15. Китаева К.А., Преображенский А.П. Маркетинг, как движущая сила продаж / В мире научных открытий. 2013. № 11.9 (47). С. 185-188.
 16. Львович И.Я., Феоктистов Р.Н., Воронов А.А. Проблема оценки эффективности внедрения информационных технологий и интеграции информационных систем хозяйствующих субъектов / Информация и безопасность. 2011. Т. 14. № 3. С. 463-466.
 17. Щепкина О.И., Филипова В.Н., Гребенщикова В.Л. Проблемы обучения взрослых / Проблемы и перспективы развития образования в России. 2011. № 7. С. 430-431.
 18. Львович И.Я., Преображенский А.П. О характеристиках обучающих систем / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 11. С. 179-180.
 19. Преображенский А.П., Коденцев Е.И. Анализ информационных процессов в современном образовании / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2013. Т. 9. № 5-2. С. 98-101.
 20. Щепкина О.И., Филипова В.Н., Гребенщикова В.Л. Применение информационных технологий в обучении / Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2011. № 18. С. 358-359.

A.N.Zemlyanuhin

**SOME FEATURES OF USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN
THE TOURISM BUSINESS**

Joint-stock company «Tsentrorg», Voronezh

The discussion is carried out on the possibilities of information technology, which is applied in the tourism industry. The advantages of creation of electronic tickets are shown.

Keywords: information technology, tourism, business, internet.