



Электронное научное издание
«Ученые заметки ТОГУ»
2014, Том 5, № 2, С. 329 – 332

Свидетельство
Эл № ФС 77-39676 от 05.05.2010
[http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/
ejournal@khstu.ru](http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/ejournal@khstu.ru)

УДК 316.334.2

© 2014 г. **Е. В. Ельчева,**

Е. Г. Теличева, канд. социол. наук

(Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск)

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается роль информационных технологий в повышении эффективности туристской организации.

Ключевые слова: эффективность, информатизация, автоматизация, программный комплекс

E. V. Elcheva, E. G. Telicheva

ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN INCREASE OF EFFICIENCY OF TOURISM ORGANIZATION

In the article is examined role of information technologies in increase of efficiency of tourism organization.

Keywords: efficiency, informatization, automation, program complex

Сегодня в мировом сообществе происходят глобальные изменения, вызванные проникновением во все сферы жизни информационных технологий. Не остался в стороне от этой тенденции и туризм как сфера экономики, деятельности и занятости людей.

Информационная технология – это представленное в проектной форме концентрированное выражение научных знаний, сведений и практического опыта, позволяющее рациональным образом организовать тот или иной достаточно часто повторяющийся информационный процесс. При этом достигается экономия затрат труда, энергии или материальных ресурсов, необходимых для реализации данного процесса [1].

Туризм – информационно насыщенная деятельность. Существует немного других отраслей, в которых сбор, обработка, применение и передача информации были бы настолько же важны для ежедневного функционирования, как в туристической индустрии.

Отдельные компоненты туристической отрасли тесно взаимосвязаны друг с другом – ведь многие турпроизводители вертикально или горизонтально вовлечены в деятельность друг друга. Это позволяет рассматривать туризм как высокоинтегрированную услугу, что делает его в высокой мере восприимчивым для применения информационных технологий в организации и управлении.

На сегодняшний день многие турфирмы автоматизированы. Однако лишь самые эффективные информационные технологии способны обеспечить такую внутриофисную деятельность и такие коммуникации между отдельными субъектами туристского рынка в цепочке «туроператор – поставщик услуг – турагент – потребитель», которые дают шанс выиграть борьбу с конкурентами за потребителя, так как позволяют потребителю самому (или через агента по путешествиям) получить желаемое быстро и с наименьшими затратами.

Таким образом, актуальность выбранной темы заключается в том, что в настоящее время деятельность туристских фирм невозможна без использования современных информационных технологий. В результате их применения значительно возрастает безопасность и качество туристических услуг.

По мнению профессионалов, необходимость специальных решений по автоматизации возникает, когда фирма начинает отправлять более 100 туристов в месяц. Проблема внедрения новых технологий лежит, скорее, в сфере принятия управленческих решений и технологии ведения бизнеса, а не преодоления технических проблем внедрения и эксплуатации программного обеспечения. Непременным условием успешного внедрения новых технологий является наличие реальных бизнес-процессов, которые действительно поддаются автоматизации. Вместе с тем переход к технологическому методу ведения бизнеса требует значительных финансовых ресурсов. И если решение принято без достаточной проработки плана реконструкции, то непредвиденные расходы могут оказаться просто «неподъемными» [2].

С другой стороны, даже хорошо продуманные и финансово обеспеченные решения управленческого характера не будут успешными в широком масштабе, если нет стандартных, общеприемлемых технологий (в соответствующих рамках). Одной из технологий, с помощью которой компании могли бы обмениваться информацией между своими разнотипными компьютерами, стал язык расширенной разметки XML (ExtensibleMarkupLanguage), прородителем которого является хорошо известный язык HTML. Программные комплексы, в значительной мере удовлетворяющие потребностям типичных туроператоров и турагентов, созданы российскими компаниями «Мегатек», «Аримсофт», «САМО-СОФТ». Ниже представлены самые распространенные программные комплексы, используемые для автоматизации деятельности российских турфирм

(рис.1).

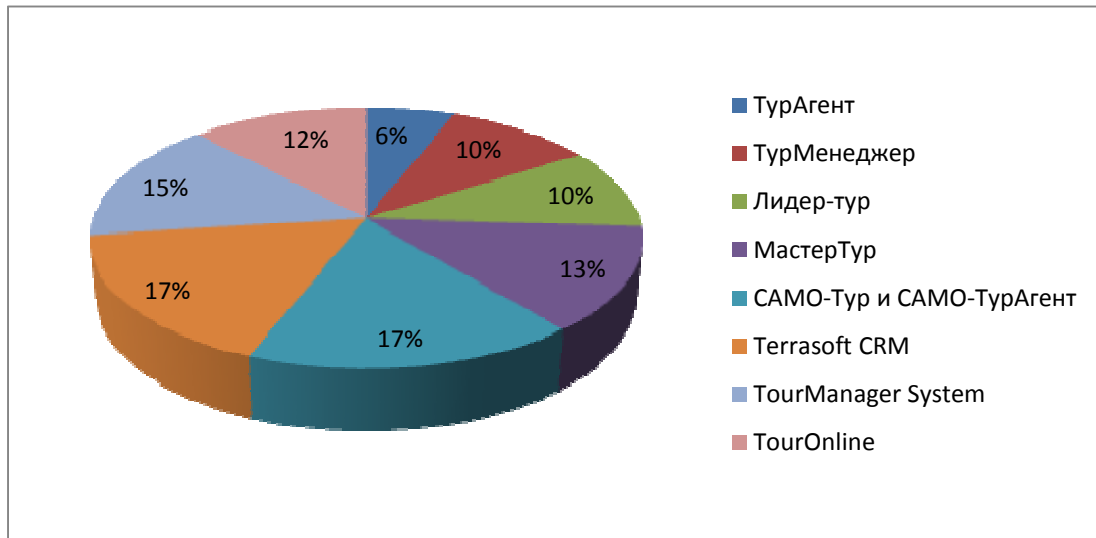


Рис.1. ПК в деятельности российских туристских предприятий

Нетрудно заметить, что туристские компании используют софт лишь российских разработчиков. Надо сказать, что за рубежом вариантов специализированного программного обеспечения для турагентов и туроператоров создано великое множество: iTravel (США), Altea (Великобритания), ZauSoftware (Канада), TourWriter (Новая Зеландия), GP software.travel (Южная Америка), и это лишь вершина айсберга. Почему же российские турфирмы не приобретают иностранные продукты для автоматизации своей деятельности? Причины есть. Во-первых, все зарубежные ПО не поддерживают русский язык. Следовательно, приобретая подобный продукт, турфирме придется «перепрошивать» его под себя, а это лишнее время и затраты. Во-вторых, любое программное обеспечение требует периодического обновления и обслуживания. И если с обновлением старой версии проблем не возникнет (новую в любой момент можно скачать из Интернета с официального сайта разработчика), то с обслуживанием и исправлением ошибок программы возникнут сложности. Программистов, специализирующихся на данном ПО, найти будет непросто, а потерянное время дорого стоит.

Что касается различий между российским и зарубежным программным обеспечением, то его нет. Современные программы максимально автоматизируют деятельность турфирм и выполняют схожие функции.

Типовые комплексы универсальны — программы из их состава с одинаковым успехом могут использовать как небольшая турфирма, так и крупная туристская компания, независимо от характера их деятельности. Типовые программные комплексы автоматизируют, с одной стороны, внутриофисную работу, обеспечивая описание отдельных услуг и их пакетирование с применением тех или иных алгоритмов ценообразования, ведение договоров с поставщиками и агентских соглашений с турагентами, выставление услуг и пакетов в продажу, подготовку рекламы, оценку ее эффективности и так далее; с другой стороны, изменяют технологии взаимодействия турагентов с туроператором, допускают связь с удаленными офисами, рассылку корреспонденции, экспорт и импорт пакетов предложений (электронная почта, Интернет).

Выбор турфирмами программных продуктов и специфика их использования зависят, в частности:

— от направления деятельности турфирмы, совокупности решаемых задач, исходной технологии, принятой на турфирме, суммарного объема продаж, финансового

состояния турфирмы; от осведомленности руководства турфирмы о программном обеспечении, существующем на рынке информационных технологии управления в туризме, о его достоинствах и недостатках;

– от режима работы компьютеров (автономный или сетевой).

При выборе программного обеспечения необходимо обратить внимание на:

– известность и надежность, опыт использования в других турфирмах;

– дружелюбность, простота, стандартность интерфейса;

– стоимость приобретения программного продукта и его обслуживания.

Полная стоимость автоматизации турфирмы складывается из стоимости программного обеспечения, техники, обучения, услуг обслуживания и т.д. В эту стоимость входит: сумма на приобретение техники и программного обеспечения, сумма постоянных расходов на обслуживание техники и программного обеспечения, обучение персонала. Поэтому сравнивать стоимость внедрения различных автоматизированных информационных систем следует с учетом перечисленных составляющих[4].

Уже накоплен положительный опыт внедрения информационных технологий в десятках турфирм, за годы развития и эксплуатации они приобрели высокий уровень функциональности и избавились от узких мест. Пока еще не все российские турфирмы используют специальные информационные технологии управления, но почти все они имеют автоматизированный в той или иной степени офис, где работает в основном стандартное программное обеспечение[5].

Таким образом, с уверенностью можно сказать, что успешное развитие туристского бизнеса предполагает широкое использование новейших технологий как в области создания турпродукта, так и его продвижения на рынок услуг. Нужно заметить, что сегодня перед большей частью российских предприятий, выбравших именно туризм основным видом своей деятельности, уже не стоит вопрос необходимости автоматизации как таковой. Дело лишь за выбором самого продукта и той компании, которая будет его внедрять.

Список литературы

- [1] Учебно-методический комплекс для студентов специальности «Прикладная информатика в скс», 2012, – 5 с.
- [2] Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник (5-е издание). Издательство: Академия, 2004 г.–134 с.
- [3] Программное обеспечение (софт) для турфирм [Электронный ресурс] – URL: – <http://touragent.su/software> (11.03.2014 г.)
- [4] Герасимова Е.А. Использование технологий электронного бизнеса в туризме. 2010
- [5] Роман Курбатов. Автоматизация сегодня. 2013

E-mail:

Теличева Е.Г. – telicheva_e@mail.ru