

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Кандидат экономических наук, доцент **И.Ф. Емельянова**¹
Кандидат экономических наук, доцент **Е.Л. Заднепровская**²

¹*Кафедра философии и истории*

ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков», ДНР

²*Кафедра социально-культурного сервиса и туризма*

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»

Контактная информация для переписки: ДНР, г.Горловка, ул.Рудакова, 25,

e-mail: GIFL1949adm@yandex.ru

350015, г. Краснодар, ул. Буденного, 161, e-mail: ele-zadnepr@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию теоретико-методологических основ применения информационных технологий в туристском бизнесе; определено их значение в менеджменте и маркетинге туристических предприятий

Ключевые слова: туризм, информационные технологии, туристское предприятие, программное обеспечение, комплексные системы автоматизации.

Использование информационных технологий в сфере туристского бизнеса является необходимым условием эффективного продвижения туристского продукта на национальный и международный рынок услуг, что объясняется, во-первых, географической разобщенностью участников процесса производства и реализации туристского продукта; во-вторых, удаленностью мест реализации и потребления услуги. Поэтому изучение вопросов, связанных с разработкой и использованием информационных технологий в сфере туристических услуг, приобретает особую актуальность.

Анализ литературы по данной проблематике [1,2,3,4] свидетельствует о том, что индустрия туризма сегодня является одним из крупнейших потребителей информационных технологий. К наиболее активно используемым в практике туристского бизнеса программным комплексам отнесем: «САМО-Тур», «САМО-ТурАгент», «Сам себе тур», «Мастер-Тур», «Туроператор», «TurwinMultiPro», «Jack» и др. [3]. К основным задачам автоматизации деятельности туристского предприятия отнесем: секторальный мониторинг туристского рынка; автоматизация внутрифирменного документооборота от отслеживания заявки туриста до выписки необходимых документов; сохранение и накопление клиентской базы с целью развития программ лояльности; автоматизация партнерских отношений, бухгалтерских операций, статистических оперативных данных и т.д.

Использование глобальных компьютерных систем бронирования «AMADEUS», «TRAVELPORT», «SABRE» и др. стало необходимым условием осуществления туристской деятельности. Многие туристские предприятия

используют также системы управления тарифами, которые работают в условиях реального времени, обрабатывают и оценивают информацию, полученную от системы управления турфирмой, а именно: бронирование гостиниц, авиа и жд-билетов, сезонные ценовые колебания, динамику прошлых периодов, особенности целевых сегментов рынка.

На практике туристские предприятия могут осуществлять и постепенную автоматизацию отдельных функциональных групп процессов. Специфика туристских предприятий заключается в проектировании маршрутов и туров. Прикладные программные продукты, используемые субъектами туристической деятельности, разделяются на стандартные и специальные, они обеспечивают: накопление данных в единой информационной системе; обработку и передачу этих данных; стандартизированные технологические приемы для выполнения автоматизированных операций. Большинство туристских предприятий в своей деятельности использует как стандартное (как правило пакеты фирмы Microsoft: Word, Excel, PowerPoint, Outlook), так и специальное (разрабатывается для автоматизации решения конкретных узкоспециализированных задач туристического бизнеса) программное обеспечение [3, 4].

Проведений анализ современных информационных технологий, используемых в деятельности предприятий туристской сферы, доказывает их практическую ценность и целесообразность применения. Эффективность деятельности и повышение конкурентоспособности предприятий туристской сферы напрямую зависит от активного внедрения и использования различных современных средств автоматизации, так как значительно повышает степень управляемости бизнеспроцессов, снижает влияние человеческого фактора, экономит денежные средства, оптимизирует учет и контроль, повышает эффективность работы как каждого туроператора отдельно, так и всего туристского бизнеса в целом.

Литература:

1. Алеева В.А. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма / В. А. Алеева, Ю. Д. Мочалова // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018 – № 3. – С. 3-7.
2. Бородина Е.С. Применение интернет-маркетинга в деятельности туристских предприятий Краснодарского края / Е.С. Бородина, Е.В. Василенко // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа: Материалы конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – С. 209-210.
3. Зленко Д.Г. Использование информационных технологий в туризме / Д.Г. Зленко // Научный вестник. ЮИМ. – 2014. – № 4. – С. 19-22.
4. Ожева С.Б. Тенденции развития рынка онлайн-туризма в России / С.Б. Ожева, Т.Н. Поддубная, Ф.Р. Хатит, О.В. Агошкова // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – Краснодар: КГУФКСТ, 2017. – Т. 1. – С. 171-175.
5. Поддубная Т.Н. Связь компьютерных игр с туризмом / Т.Н. Поддубная, А.Д. Самородов // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – Краснодар: КГУФКСТ, 2018. – Т. 2. – С. 272-274.
6. Саак А.Э. Информационные технологии управления: учебник для вузов / А.Э. Саак, Е.В. Пахомов, В.Н. Тюшняков. – СПб.: Питер. 2013. – 320 с.