

УДК 007.51

**ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ЭЛЕКТРОННОГО
ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА**

Е.В. Лукьянчикова, А.М. Гизатулин

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

В данной работе проанализированы переход к стадии «смарт» в информационном обществе и электронный туристический бизнес как один из ее составляющих, так же рассмотрены отдельные подвиды электронного туризма с точки зрения их перспективности и сложности внедрения.

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире индустрия туризма является одной из наиболее доходных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Подчеркивая значимость туризма как экономической категории, нельзя недооценивать его социальную составляющую, возрастающую роль в развитии человека, формировании уровня и качества его жизни.

Электронное общество (e-Society) представляет собой современную форму информационного общества, в котором распространение информационных технологий приняло массовый характер. Электронное общество представляет собой дальнейшую эволюцию информационного общества. Электронное общество возникает, когда массовые информационно-коммуникационные технологии (в первую очередь, Интернет и мобильные решения) получают достаточно большой охват в какой-либо отдельно взятой стране. Возникновение смарт-общества напрямую связано с развитием информационных и компьютерных технологий, которые постепенно трансформируют мир. И если раньше индустриальное общество превратилось в постиндустриальное и, в конечном счете, в информационное, то сегодня именно информационные технологии позволяют обществу стать умным в полном смысле этого слова.

На стадии смарт информационные потоки становятся принципиально иными. Технологии получают возможность взаимодействовать с окружающим миром напрямую, без участия человека. Технологии становятся способными собрать информацию о реальном мире и превратить ее в знание, пригодное для практического использования. В результате за счет ИТ изменяются привычные бизнес-процессы, государственное и организационное управление.

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДОНБАССА

В связи с вступлением электронного общества в стадию «смарт» широко стали применяться информационно-компьютерные технологии, преобразующие экономические, социальные и управленческие процессы за счет их оптимизации, автономизации и обеспечения возможности для коллективной деятельности.

Коммуникационные технологии на сегодняшнем этапе своего развития позволяют сделать процесс управления открытым, распределенным и наиболее приближенным к нижнему уровню управления, от которого, по большому счету, зависит комфорт и благополучие граждан.

Под влиянием внедрения информационных технологий появляются такие отрасли как электронная экономика и коммерция, электронный маркетинг, электронное обучение и здравоохранение. Индустрия туризма, выражая концепцию смарт-общества, также постепенно принимает форму электронного туризма.

Существует несколько видов электронного туризма. Один из самых популярных видов – это «электронный гид». Такой гаджет очень удобен в использовании и, что очень важно, позволяет путешествовать без экскурсовода. В большинстве «электронных гидах» турист при желании пользователь может посмотреть фотографию достопримечательности, прочитать о ней рассказ, посмотреть свое местоположение на карте.

За счет использования «электронных гидов» можно добиться сразу нескольких результатов: исчезновения необходимости в синхронизации электронных гидов с актуальной информацией о музейных объектах; улучшения качества обслуживания посетителей; возникновения перспективы для реализации новых электронных сервисов музея. Они не сложны во внедрении и способствуют расширению возможностей посетителей по знакомству с экспозицией.

Не меньший интерес представляют технологии идентификации объектов реального мира в информационном пространстве. Как правило, в сфере электронного туризма в качестве таких технологий выступает штрихкодирование, а в особенности – QR-коды.

В частности, они находят отличное применение в туризме. Уже не в новинку приложения для мобильных устройств, которые позволяют на основе определения местоположения пользователя по спутнику накладывать на карту города иконки и режимы работы магазинов, кафе, музеев и прочих объектов. Но QR-код используют не все страны, что определенно является минусом. Плюсы QR-кодов в том, что они не требуют серьезных финансовых вложений для внедрения и размещения на туристических маршрутах, а также могут

быть считаны при помощи обыкновенного смартфона.

Близким направлением электронного туризма можно считать т.н. «виртуальные туры». Как правило, под виртуальным туром понимаются высоко детализированные сферические панорамы, качественные 3D-объекты или, как минимум, сгруппированные фотографии с соответствующими описаниями.

Использование виртуальных туров позволяет привлечь пользователей Интернета в музеи и на определенные маршруты. Действительно, качественно сделанный виртуальный тур способен заинтересовать пользователей, но является не таким перспективным как использование QR и «электронных гидов».

Внедрение такого типа электронного туризма также не требует высоких затрат, а для создания «виртуального тура» нужен всего лишь широкоформатный объектив и умение соединить четыре и более фотографии вместе определенным образом. Это помогает создать эффект присутствия, особенно если добавить в тур какие-нибудь интерактивные элементы, вроде перемещения по виртуальному пространству, или приближение выбранных объектов.

Другое популярное направление электронного туризма – системы электронного бронирования. Подобные системы позволяют оплатить билеты и стоимость проживания в онлайн-режиме и при помощи электронных денег, что делает такую систему очень перспективной, так как это удобно и все большее количество людей переходят на онлайн-бронирование.

По сложности внедрения является не самым сложным видом, для создания онлайн-бронирования требуется единое подключение к GDS/ADS, которые гарантируют передачу информации во все глобальные системы бронирования.

Социальные медиа – один из самых перспективных видов электронного туризма, так как огромное количество людей пользуется социальными сетями и постоянно следит за обновлениями.

Социальные медиа очень легки во внедрении, создание собственных сайтов или использование готовых социальных сетей позволяет людям общаться между собой посредством интернета для достижения целей. Общение может принимать самые различные формы: пользователи могут делиться мнениями, опытом, знаниями, новостями, видеоматериалами, фотографиями, музыкой и ссылками на те или иные сайты, а также налаживать контакты и взаимодействовать для организации и проведения совместных действий.

Не менее перспективное направление электронного туризма –

системы рекомендаций. Позволяют получить интегрированный обзор и рекомендации на основе огромного количества информации: расписания движения транспорта, ближайших работающих ночью кофейнях, точках Wi-Fi, открытых вакансиях, свободных для аренды квартирах, происходящих событиях, выставках и многих других данных. Данный вид является самым перспективным в использовании, так как охватывает многие сферы электронного туризма. Внедрение приложения требует качественной разработки и значительных финансовых ресурсов.

Выводы

Проанализировав предпосылки к появлению электронного туризма и его важность в современном обществе можно сделать вывод что, внедрения новшеств и создания комфортной зоны для использования электронных ресурсов в этой сфере общество должно поставить перед собой несколько важнейших задач:

- Дальнейшее развития технологий и использование инноваций в сфере электронного туризма.
- Никогда не забывать, что все новшества разрабатывают не для продавца, а для клиента. Оптимизируя работу своего портала, туристический представитель должен продумать, насколько важны такие изменения для его клиентской базы.
- Электронный туризм предполагает высокое качество обслуживания. Интернет дает покупателю возможности быстрого выбора и резервирования заманчивого для него предложения.
- Залогом успеха для представителей электронного туризма является постоянное совершенствование и обновление.
- Туристический сайт должен в первую очередь думать о предпочтениях своего клиента.
- Чрезвычайно важно сформировать такой персонал, который будет выполнять все задачи четко и слаженно.

Библиографический список

1. Зараменских Е.П. Основы бизнес-информатики: монография / Е.П. Зараменских. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – 380 с.
2. Srivihok A. Intelligent Agent for e-Tourism: Personalization Travel Support Agent using Reinforcement Learning / A. Srivihok, P. Sukonmanee // Proceedings of the WWW, May10-14. – 2005. – P.10-14.
3. Электронный туризм [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://my-traveling.ru/turizm/lektronnyy_turizm.html.