

© Алеева В. А., Мочалова Ю. Д., 2018

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Туризм — это разновидность путешествий для отдыха, досуга или деловых целей. Информационными технологиями (ИТ) являются получение, обработка, хранение и распространение звуковой, графической, текстовой и цифровой информации на основе микроэлектронной комбинации вычислений и телекоммуникаций. Информационные технологии в туризме имеют особое значение. Они используются для сектора транспорта и сектора жилья. Эти технологии применяются для того, чтобы узнать и удовлетворить постоянно меняющиеся требования к туризму. В данной работе рассматриваются области информационных технологий, связанных с туризмом и доступные для расширения существующей инфраструктуры индустрии туризма.

Ключевые слова: туризм, информационные технологии, управление в сфере туризма

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) определяет туристов как людей, «путешествующих и находящихся в местах за пределами их обычной среды не более одного года подряд для отдыха, деловых и других целей» [1]. Технически под информационными технологиями (ИТ) понимают получение, обработку, хранение и распространение звуковой, графической, текстовой и численной информации с использованием микроэлектроники на основе вычислений и телекоммуникаций [2].

Но в современном мире это технологическая сфера, охватывающая множество областей, которые включают в себя, многие вещи, например, различные процессы, компьютерное программное обеспечение, информационные системы, языки программирования и конструкции данных. В сфере ИТ специалисты выполняют различные функции, которые варьируются от установки приложений до разработки сложных компьютерных сетей и информационных баз данных.

Информационные технологии имеют глубокие последствия для экономического и социального развития. Важнейшим преимуществом, связанным с доступом к новым технологиям, является увеличение объема информации. Информация делится и распространяется среди более широкой аудитории что позволяет снижать стоимость производства, поиска новых клиентов. С уменьшением транзакционных издержек также снижается степень неэффективности и неопределенности.

Важнейшей частью туристического бизнеса стало использование информационных технологий, так как это стирает географические барьеры между потребителями и поставщиками услуг. На сегодняшний день туризм стал одной из крупнейших в мире отраслей, который постоянно растет с каждым годом.

В нынешней информационной эпохе происходит стремительное развитие информационных технологий. Благодаря развитию интернета, появилась возможность по щелчку мыши «перемещаться» из одного места в другое. В

случае достопримечательностей как искусственные, так и природные аттракционы должны работать на туристов сообщать им о своем существовании. Информация о каком-либо развлечении или достопримечательности имеет большое значение. Владельцы аттракционов, особенно национальные туристические офисы, выполняют свою обязанность по пропаганде туристических достопримечательностей своей страны с использованием интернета.

Интернет — это взаимосвязанная система сетей, которая соединяет компьютеры по всему миру через протокол TCP / IP. Сегодня Интернет является глобальной «народной сетью» для обмена информацией. Он состоит из двух мощных инструментов — электронной почты и Всемирной паутины. WWW является частью Интернета, где в последние годы появился обширный глобальный информационный ресурс или библиотека.

Использование Интернета для общения и взаимодействия с клиентами быстро растет во всемирной индустрии туризма и гостиничного бизнеса. Был быстрый рост онлайн-бронирования в индустрии гостеприимства и туризма, например, электронное бронирование номеров отеля / мотеля, авиабилетов, пакетов путешествий и т. д.

В связи с тем, что отрасль бронирования является одной из тех услуг, которые можно заказать онлайн легко и удобно, а после просто воспользоваться ей. Это предоставляет потенциальным туристам немедленный доступ к текстовой и визуальной информации из различных уголков нашего мира.

Интернет стал важным инструментом для бизнеса, позволяющий быстро распространять продукты и услуги. Доступ к Интернету возможен через мобильные телефоны, планшеты, традиционные персональные компьютеры и ноутбуки. Такая простота доступа и глубина информации стимулировала появление новой группы путешественников, которые являются независимыми и предпочитают планировать путешествия самостоятельно, а не через туристических агентов. И большинство людей,

использующих Интернет в путешествиях, приходится из трех ведущих мировых туристических рынков — Германии, США и Великобритании. Интернет превзошел традиционные источники информации о туристических направлениях в течение короткого периода своего существования.

Его аудиовизуальное представление информации о местах назначения превосходит самую глянцевою и красочную печать, а качество презентации играет решающую роль для потребителя. Кроме того, с помощью интернета для поставщиков туристических впечатлений, появляется возможность предоставлять информацию о своих услугах миллионм потребителей по всему миру по относительно низкой цене, что существенно позволяет им резко сократить суммы на маркетинг.

Путешествия и туризм быстро становятся крупнейшей категорией продуктов, продаваемых в Интернете, поэтому их следует рассматривать как новые маркетинговые каналы для туристических агентств. Желание путешествовать — неотъемлемая часть человеческих желаний. Технологические революции за последние несколько десятилетий и последующие изменения в социальных системах способствуют усилению потребности в путешествии.

Таким образом, туризм в настоящее время является массовым явлением, которое затрагивает практически каждого человека в мире. Люди желают получать более подробную информацию о каждом месте, которое они намерены посетить. Конкретными элементами таких информационных потребностей являются:

- географическая информация о местонахождении, ландшафте и климате и т. д.
- потребности в информации о возможном туризме
 - жилье, рестораны и магазины
 - информация о проезде самолетом, по железной дороге, морском и автотранспорте
 - социальные обычаи, культура и другие особенности
 - грядущие мероприятия
 - сезоны посещения и другие уникальные функции
 - качество объектов и их стандартные цены

Хотя конечными пользователями этой информации являются туристы, фактические выгоды в денежном выражении приобретают туристическая индустрия, состоящая из менеджеров назначения и поставщиков услуг. Туристические посредники, такие как туристические агенты и туроператоры, хранят такую информацию о каждой туристической зоне для обслуживания своих клиентов и улучшения своего бизнеса. Им нужна информация в самом легком формате извлечения, так что информационные потребности клиентов

выполняются как можно быстрее. Туристам обычно нужна как статическая, так и динамическая информация.

В интернете туристические агенты могут найти подробную информацию о местонахождении, климате, привлекательности, истории, доступных объектах и т. д.

Под динамичной информацией принято понимать информацию о расписаниях авиакомпаний, поездов и автобусов, тарифах на транспортные и жилые помещения и текущее наличие свободных объектов, так как их значения могут очень часто меняться, эти элементы информации должны собираться, храниться и распространяться в режиме реального времени. Туристические услуги во всем мире полностью компьютеризированы. Туристические услуги, такие как железные дороги, прокат автомобилей, аренда автобусов или поездов и авиабилетов, все компьютеризированы и, таким образом, возможно правильное управление информацией. Информация о туристах или пассажирах вчера, сегодня и завтра теперь доступна по данным различных туристических организаций. Различные области туристических услуг, использующих компьютерные приложения. Мы можем получать информацию абсолютно о разных интересующих туристический бизнес субъектах, например:

1. Прокат автомобилей

Прокат автомобилей — это большой бизнес во всем мире, в мегаполисах и крупных городах. Основными клиентами проката автомобилей являются корпоративные или деловые путешественники вместе с туристами, желающими улучшить обслуживание и комфорт во время поездок. Компания по прокату автомобилей полностью компьютеризирована за рубежом, особенно в Америке и Европе.

2. Железные дороги

Железная дорога — самая благоприятная форма путешествия. Несколько лет назад была внедрена компьютеризация железнодорожных служб. Программный пакет, используемый для продажи билетов и других услуг для клиентов. Компьютеризированная система в целом сосредоточена вокруг номера PNR (номер отчета о пассажире), предоставленного по каждому билету клиентов. Каждый из этих номеров PNR уникален и идентифицирует не только человека, путешествующего по билету вместе с персональными данными пассажира, но и поездом и пунктом назначения. Теперь человек может забронировать билеты за долго до даты поездки и получить билеты уже на месте. Компьютеризированная система продажи билетов также показала путь к компьютеризированным службам обслуживания клиентов.

3. Авиакомпании

Авиакомпании показали максимальную компьютеризацию в сегменте поездок. Система резервирования компьютеров (CRS) широко

используется для бронирования билетов во всех авиакомпаниях. CRS помогает обеспечить более высокий уровень занятости, а также обеспечивает более широкий спектр маркетинга и распределения билетов в самолетах для авиакомпаний. Возрастающая популярность авиаперевозок во всем мире породила потребность в более эффективном механизме распределения мест в самолете. В 1970–х годах в США была разработана первая система информации и резервирования (IRS) [3].

4. Резервирование жилья

Структура индустрии туризма означала, что предприятиям в секторе жилья не было прямого доступа к путешественникам и потребителям. Электронный бизнес изменил то, как фирмы в этом секторе могут вести бизнес. Фактически, группы в гостиничном секторе разрабатывают коммуникационные сети, предназначенные для конкуренции с системой Global Destination Systems (GDS), которая содержит информацию о доступности, ценах и связанных с ними услугах для авиакомпаний, автомобильных компаний, гостиничных компаний, железнодорожных компаний и т.д. GDS также предоставляет некоторые или все эти функции подписным турагентам, брокерам и авиакомпаниям. Лидерами GDS являются Amadeus, Apollo / Galileo / Worldspan, Sabre. Эти GDS являются важными технологическими решениями для управления информацией и используются в основном туристическими агентствами и авиакомпаниями. Чтобы справиться с этим новым соревнованием, GDS стали поставщиками технологических решений, направленных на размещение в жилом секторе.

5. Туристические развлечения

Ниже приведены различные области, где интернет используется в индустрии туризма.

а. Маркетинг

Технология затрагивает почти все аспекты маркетинга, в том числе:

- онлайн-рекламу
- редакционные и информационные бюллетени
- поисковый маркетинг
- продвижение по электронной почте
- из уст в уста через социальные сети, такие как блоги с отзывами клиентов, сообщества, например, бесплатный сайт для обмена фотографиями — Flickr или сайт для обмена видео — YouTube, дискуссионные группы в социальных сетях.

б. Системы бронирования, последние исследования показывают, что более половины тех, кто путешествует с помощью интернета, использует системы бронирования, так как им предоставляется выбор за что платить.

с. Продажа впечатлений туристам.

Операторы туризма используют технологии для того, чтобы:

- предоставить первичную информацию потребителям, например, с помощью видео-обзоров, видео трансляций, видео-туров;
- предоставляют аудио-туры для использования на месте через MP3-плееры;
- обеспечивать перевод речи через мобильные телефоны или портативные устройства;
- помочь клиентам обмениваться опытом с другими путешественниками. Например, рекомендовать какие-то туры, чтобы люди доверяли и делали выбор на веб-сайте компании [4].

Таким образом, компании помогают своим клиентам понять, как они могут быть частью большой группы путешественников.

d. Отношения с клиентами и последующие действия

Технология — отличный способ продолжить контакты с клиентами, используя:

- базу данных контактов;
- электронный информационный бюллетень, который поможет сохранить ваш бренд и опыт посетителей, который вы предоставляете людям;
- групповые списки электронной почты для регулярных обновлений
- стимулы или поощрение клиентов к размещению отзывов о путешествиях, таких как TripAdvisor;
- обратную связь с электронной почтой клиента, которую вы можете использовать для улучшения ваших продуктов и услуг.

Обзоры удовлетворенности клиентов по электронной почте.

Информационно-коммуникационные технологии, обычно сокращенные как ИКТ, часто используются в качестве расширенного синонима для информационных технологий (ИТ), но обычно это более общий термин, который подчеркивает роль унифицированных коммуникаций и интеграцию телекоммуникаций, компьютеры, промежуточное программное обеспечение, а также необходимое программное обеспечение, системы хранения и аудиовизуальные системы, которые позволяют пользователям создавать, получать доступ, хранить, передавать и манипулировать информацией. Иными словами, ИКТ состоит из информационных технологий, а также телекоммуникационных, широкоэмительных СМИ, всех видов обработки аудио и видео и передачи информации. Выражение впервые было использовано в 1997 году в отчете Денниса Стивенсона правительству Великобритании и продвигалось в соответствии с новыми документами Национального учебного плана для Великобритании в 2000 году. Ниже приводятся примеры использования ИКТ в туризме:

- управление ресурсами назначения;
- инвентаризация туристических ресурсов;
- управление сайтами и привлечением;
- определение подходящих мест для туристов;
- управление туристической статистикой.

В данной работе были рассмотрены основные области информационных технологий, связанных с туризмом, доступные для расширения существующей инфраструктуры индустрии туризма. Указанные технологии в основном применимы в транспортном секторе, а также секторе жилья. При грамотном использовании информационных технологий в туризме, нынешняя ситуация на рынке туристических услуг может быть значительно улучшена.

Интересным вопросом для дальнейшего изучения является рассмотрение влияния информационных технологий на туристический бизнес, а также последствия внедрений тех или иных информационных сервисов в практику компаний туристической отрасли. ■

Менеджмент туризма: учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е. А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с. ISBN 978-5-4365-0133-8

Турбизнес — туристический бизнес для профессионалов [Электронный ресурс] // Журнал онлайн — URL: <http://www.tourbus.ru/> (Дата обращения: 10.09.2018)

Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учеб. пособие. 2-е изд., доп. — М.: ИД «ФОРУМ», 2012.

Информационные технологии в туризме [Электронный ресурс] // Учебное пособие / В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина, Я. Ю. Блиновская. Б86 - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013. -358 с. ISBN 978-5-9765-0251-2

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учеб. пособие. 2-е изд., доп. — М.: ИД «ФОРУМ», 2012.

2. Информационные технологии в туризме [Электронный ресурс] // Учебное пособие / В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина, Я. Ю. Блиновская. Б86 - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013. -358 с. ISBN 978-5-9765-0251-2

3. Менеджмент туризма: учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е. А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с. ISBN 978-5-4365-0133-8

4. Турбизнес — туристический бизнес для профессионалов [Электронный ресурс] // Журнал онлайн — URL: <http://www.tourbus.ru/> (Дата обращения: 10.09.2018)

Application of modern information technologies for business management in the sphere of tourism

© Aleeva V., Mochalova Y., 2018

Tourism is a type of travel for leisure and business purposes. Information technology (IT) is the acquisition, processing, storage and distribution of audio, graphic, text and digital information based on a microelectronic combination of computing and telecommunications. Information technology in tourism is of particular importance. Information technology is used for the transport and housing sectors. These technologies are used to learn and satisfy constantly changing requirements for tourism.

Keywords: tourism, information technologies, management in the sphere of tourism
