



Рис. 2. Структура управляющей программы.

Выводы. В статье проанализировано одно из возможных дополнений к услугам туристического бизнеса. Отмечены потенциальные пути применения интерактивной системы-экскурсовода. Выявлены основные функции этой системы и требования, которым система должна удовлетворять. Приведена структура системы, основанная на реляционной базе данных, и структура управляющей программы, предусматривающей обмен данными с базой и обработку полученных данных. Можно предположить, что использование подобных систем позволит туристическим фирмам расширить комплекс предоставляемых услуг.

Источники и литература:

1. Дейт К. Дж. Введение в системы баз данных / К. Дж. Дейт. – 7-е изд. – М. : Вильямс, 2001. – 1072 с.
2. Олифер Н. А. Сетевые операционные системы / Н. А. Олифер, В. Г. Олифер. – СПб. : Питер, 2007. – 544 с.
3. Кузнецов С. Д. Основы баз данных / С. Д. Кузнецов. – 2-е изд. – М. : Интернет-Ун-т информ. технол., 2007. – 342 с.
4. Коннолли Т. Базы данных. Проектирование, реализация и сопровождение. Теория и практика / Т. Коннолли, К. Бегг. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2003. – 1436 с.

Шевчук Л.Е.

УДК 338.48

АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

Туристическая индустрия на современном этапе обнаруживает высокий динамизм развития и является третьей по доходности отраслью мировой экономики. В сфере услуг туристическое хозяйство составляет примерно 30% мировой торговли и около 7% мировых капиталовложений [8]. Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет около 35%. Несмотря на текущую нестабильность, туристический поток в мире за первые восемь месяцев 2011 года вырос на 4,5% и в целом за год достиг 980 млн. туристов, что на 29 млн. больше, чем за аналогичный период 2010 г. [9]. По данным экспертов ВТО, в 2012 году рост замедлится до 3-4 процентов, а к 2030 году туристов будет насчитываться около 1,8 миллиарда человек ежегодно. [10]. Приведенная статистика свидетельствует о том, что современный турпродукт становится более гибким и индивидуальным, более привлекательным и доступным для потребителя.

В своей деятельности туристическая отрасль схожа на любую другую экономическую систему. Важной особенностью исследуемой сферы деятельности является информация о предоставляемых услугах, их качестве. Мировой опыт свидетельствует, что для социально-культурной деятельности и туристской отрасли фактором, определяющим успех ее деятельности, является также время обслуживания клиентов. В высоко конкурентной среде сферы услуг успешно может работать только та организация, которая применяет в своей деятельности информационные технологии, повышающие качество обслуживания клиентов. Выигрывает тот, кто в состоянии предоставить клиенту весь комплекс услуг в максимально короткие сроки.

Туристическая индустрия максимально использует все виды информационного обеспечения и сопутствующие сферы деятельности общества. Информационные потоки обеспечивают связи между производителями туристических услуг, связи между производителями и потребителями этих услуг, причем они идут не только в виде потоков данных, но выступают также в форме услуг и платежей [2]. Туризм сегодня - глобальный компьютеризированный бизнес, участниками которого являются не только туроператоры и турагенты, но и крупные авиакомпании, отели и рестораны всего мира. Этот сектор экономики входит в пятерку, а по некоторым данным уже в тройку отраслей с наибольшей долей реализации товаров и услуг через Интернет [4].

Для Крыма туризм является ведущей деятельностью, в структуре рекреационного комплекса Украины он занимает 42%.

Целью данной работы является анализ использования компьютерных технологий в деятельности турагентств Украины, в частности Севастополя и Крыма.

Активное внедрение современных компьютерных технологий в деятельность туристических предприятий является необходимым условием их успешной работы, поскольку точность, надежность, оперативность и высокая скорость обработки и передачи информации определяет эффективность управленческих решений в этой сфере. Вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, расчетов с клиентами и гостиницами становится все более актуальным для туристических агентств.

Согласно ВТО, основное направление деятельности турагентов и туроператоров состоит в предоставлении информационных услуг [1]. Главной рыночной ролью этих организаций является соединение поставщиков услуг с клиентами-туристами, порой сильно разобщенных как во времени, так и территориально [3]. Только 48% клиентов знают, куда они хотели бы отправиться в поездку, 35% имеют смутное представление об этом, а 17% не имеют его совсем.

Турагенты информируют потенциальных покупателей о туристских районах, расписании движения транспорта, вариантах размещения, действующих расценках и помогают сделать примерную смету расходов на путешествие. Работа в прямом контакте с клиентами, беседы и консультации, а также подборка и отработка справочных материалов очень трудоемки и занимают половину всех затрат времени и более [1].

Вторая функция турагента - сбыт туристских услуг, оказываемых перевозчиками, объектами общественного питания, средствами (размещения и другими предприятиями индустрии туризма. Она включает разные посреднические операции. Турагент реализует билеты на все виды транспорта, бронирует места в отелях и иной базе размещения, сдает автомобили в аренду, заказывает экскурсии, оформляет выездные документы, осуществляет страхование туристов, производит обмен валюты, выдает дисконтные карточки, продает туристскую литературу и сувениры, производит обработку фотопленок и т.д. Кроме отдельных туристских услуг, турагент реализует полные, комплексные их пакеты – туры [1].

В таком специфическом виде бизнеса крайне важен правильный выбор поставщиков услуг, основанный на профессиональных знаниях туристского рынка, бизнеса, особенностей и рычагов его развития и управления. Современные компьютерные технологии позволяют организовать работу предприятия с максимальной эффективностью. Как правило, автоматизация турфирм осуществляется с помощью офисных программ, компьютерной техники, которая применяется в работе туристических агентств, создании эффективных сайтов и серверов туристической фирмы в Интернет. Простейшие возможности Интернет в туризме заключаются в распространении информации о фирме и оказываемых ею услугах на различных, досках объявлений, форумах и т.д. Даже сайты, претендующие не более чем на роль ознакомительного буклета, «приводят» в офис компании – владельца сайта более 20% клиентов [3]. Требуемый уровень автоматизации фирмы зависит, прежде всего, от количества клиентов. Необходимость использования специального программного обеспечения для автоматизации всей внутриофисной работы зависит от объемов, и вида деятельности турфирмы, так как программное обеспечение для турагентов и туроператоров различается. Для фирм с малым объемом реализуемых услуг достаточно использовать средства Microsoft Office (Excel, Word, E-mail и т.п.). [8].

Комплексная автоматизация турфирмы включает в себя помимо внутриофисной автоматизации, делопроизводства, бухучета, наличие интернет-каналов и систем бронирования туристических услуг.

Существуют следующие основные виды систем бронирования:

- глобальные системы бронирования (Sabre, Galileo, Worldspan Amadeus);
- национальные (российские) системы бронирования (Сирена, Экспресс, Кипарис, Avantix, Matisse и др.);
- национальные (украинские) системы бронирования и поиска (Bookit, SpyGlass, «Айти-тур» - система ориентирована исключительно на украинский туристический рынок);
- корпоративные системы бронирования (отель Мариотт и др.);
- системы бронирования гостиничных брокеров;
- Internet-системы бронирования.

Общемировой тенденцией развития туристического рынка провайдерских услуг является предоставление отелям пакета услуг, связанных с продвижением на разных рынках с акцентом на глобальные системы бронирования (Global Distribution System - GDS). Из существующих на мировом рынке систем бронирования туристические фирмы Крыма пользуются лишь системой Amadeus. В последнее время Amadeus активно выходит на украинский рынок туристических услуг и является одной из систем GDS, динамично развивающихся в Украине и Крыму. Украинские предприятия, сталкиваясь с проблемами обеспечения конкурентоспособности туристических услуг, еще недостаточно эффективно используют произведенный зарубежными туристическими фирмами инструментарий современных компьютерных технологий. В основном используются национальные российские и украинские системы бронирования Bookit, SpyGlass, «Айти-тур».

Анализ информационных технологий 1485 украинских и крымских СТД показал, что лишь 17% туристических фирм имеют свой собственный сайт.

Данный показатель свидетельствует о несовершенстве механизма информационного обмена субъектов туристического хозяйствования и внешней среды с помощью сети Интернет.

Таблица 1. Основные показатели деятельности рекреационного комплекса Автономной Республики Крым за 2009-2010 гг.

№ п/п	Показатели	Единицы измерения	2009 г.	2010 г.
1	Количество зарегистрированных санаторно-курортных учреждений и туристических предприятий, имеющих собственную базу размещения	ед.	656	656
2	Количество субъектов туристической деятельности, имеющих право на осуществление туроператорской и турагентской деятельности	ед.	584	608
3.	Объем реализации всех видов услуг (в действующих ценах)	млн. грн.	3 662,7	4 328,7
4.	Численность работающих в санаторно-курортных (оздоровительных) учреждениях и на туристических предприятиях	тыс. чел.	42,0	44,0
5.	Количество отдыхающих, всего	млн. чел.	5,02	5,72
	в том числе:			
5.1.	численность организованных отдыхающих	млн. чел.	1,07	1,16
5.2.	численность неорганизованных отдыхающих	млн. чел.	3,95	4,56

В соответствии показателями Программы развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2012-2013 годы в 2010 г Крым посетил 5,72 миллиона туристов, а количество СТД более 600. Традиционно в Крыму основными туристическими потоками являются россияне: за 2010г. в Украину въехало россиян с целью туризма 354 тыс чел, а в 2011г. - 488766 чел. [8]. По официальным данным портала Министерства АР Крым в 2009 г. с целью туризма в АР Крым въехало 145,7 тыс. иностранных граждан из 120 стран мира, в г. Севастополь – 99,9 тыс. чел., из них россиян -59,8% [9]. В структуре въездного туризма преобладает неорганизованный туризм или поездки частного характера. В ходе Международной туристической выставки «Интурмаркет (ITM) – 2012» в Москве на встрече с министром курортов и туризма АРК Александром Лиевым руководитель Федерального агентства по туризму при Министерстве спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации Александр Радков заявил, что приоритетными в Крыму должны стать индивидуальные туры. «Большинство россиян выбирает Крым не через турагентства и групповые поездки, а индивидуально». По его словам, Крыму необходимо сосредоточиться на развитии системы он-лайн бронирования и создании специальных туристических продуктов, которые могли бы предлагаться туристу прямо в отеле. «Я вижу большую перспективу в развитии он-лайн бронирования в Крыму и считаю целесообразным создать крымскую систему он-лайн бронирования» (сайт).

Подводя итоги исследования, выделим основные проблемы функционирования туристических фирм в Крыму:

1. Слабые коммуникации. Большинство сайтов туристических предприятий используются как информационно-рекламный канал, который предоставляет информацию, которая постоянно обновляется. Однако, проведенные исследования показали, что в среднем только 12,3% туристических фирм Крыма имеют собственный сайт (табл.1). Зачастую, с момента создания сайт не обновляется и содержит устаревшую информацию. Кроме того, сайты крымских туристических фирм содержат в себе ограниченный объем информации, являются однотипными и характеризуются отсутствием явной направленности на развитие комплекса в целом.

2. Недостаточный уровень подготовки менеджеров по компьютерным технологиям и информационной грамотности. Основной проблемой при установке программного обеспечения на крымских туристических предприятиях, кроме технических вопросов, является недостаточная квалифицированность персонала. Обучение сотрудников или наем профессионалов нуждается в дополнительных финансовых средствах и далеко не все туристические предприятия Крыма могут позволить себе содержать в штате специалистов по информационным технологиям. В то же время сезонный характер функционирования предприятий сферы туризма порождает неустойчивость занятости работников – квалифицированные работники в «не сезон» увольняются из-за низкого заработка или отсутствия работы вообще, что в свою очередь, влияет на неустойчивость качества туристических услуг.

3. Большинство крымских туристических фирм дают не качественную информацию клиентам на своих сайтах относительно места расположения отеля или пансионата (очень часто отсутствующая информация о местонахождении объектов относительно моря), также информация о стоимости предлагаемых услуг нередко бывает устаревшей и неточной.

4. Значительные недостатки в системе бронирования и резервирования гостиничных номеров. Более всего распространение получила система резервирования номеров, когда турист приобретает номер в отеле (четырёх, трёх или пяти звездном - как указано в прайсе), но не знает названия этого отеля до самого приезда. Такая система называется у разных операторов по-разному: ROULETTE, TEZ-EXPRESS и прочие. Многие отдают предпочтение такой системе, потому что она позволяет значительно экономить бюджет на поездку и, если повезет, попасть в хороший отель. Чаще всего, результат не оправдывает ожиданий туриста.

5. Отсутствие государственной электронной системы обеспечения субъектов туристической деятельности оперативной информацией о спросе, предложении, цены, тарифы и др.

Украинская туристическая компания «ТурЭксперт» имеет государственную регистрацию, функционирует на туристическом рынке несколько лет, являясь субъектом предпринимательской деятельности с численность персонала - 5 человек.

Партнерами туристического агентства «ТурЭксперт» являются основные туроператоры Украины. Основные направления работы турагентства «ТурЭксперт»: продажа путевок в пансионаты, базы отдыха Крыма, услуги по размещению клиентов в Севастополе, пешеходный туризм по Крыму, организация выездного туризма в Европу и Южно-Азиатское направление (Италия, Франция, Чехия, Венгрия, Таиланд, Турция, Дубай, Израиль, Иордания, Кипр, Индия, Шри-Ланка, Тунис, Египет, Марокко, Мадагаскар).

Среди самых главных достижений туристической сферы стала ее глобальная компьютеризация. Туристическое агентство «Тур Эксперт» использует в своей работе глобальную компьютерную систему бронирования «AMADEUS», она предоставляет пользователю возможность получить большой объем справочной информации, которая используется турфирмой при отправке туриста. Достоинства Amadeus в том, что ее продукт широко варьирует от постоянно актуализируемой информации на табло до резервирования посадочных мест и осуществления автоматических расчетов. Через Amadeus турагенты могут обратиться с запросом к любому из 100 туроператоров - фактически всем основным участникам. Всего в системе фигурируют 120 крупнейших гостиничных фирм и почти 20 тысяч единиц (отдельных гостиниц). Кроме того, «AMADEUS» присоединен к фирмам "Thisko" и "Wicom", специализирующимся на гостиничных услугах, что позволяет быстро взаимодействовать на рынке.

Подключение к GDS значительно повысило качество предоставляемых услуг турфирмой, показатель привлеченных клиентов с помощью системы бронирования колеблется от 32 до 40%, создана устойчивая клиентская база и тем самым значительно повысилась рентабельность предприятия – утверждает исполнительный директор «ТурЭксперт». Соблюдая правило конфиденциальности, авторы статьи не озвучивают уровень повышения доходности турфирмы в результате использования глобальных сетей, однако качественные показатели дают возможность предполагать, что устойчивость туристического предприятия, несомненно, упрочилась.

Таким образом, результаты анализа деятельности туристических фирм Украины указывают на необходимость разработки целевой программы развития компьютерных технологий для предприятий туристической сферы, так как использование современных информационных технологий поможет сделать туристический бизнес более динамичным, увеличить туристические потоки в Украину, и в частности в Крым, тем самым, повысить доходность украинской экономики от въездного туризма.

Источники и литература:

1. Александрова Ю. А. Международный туризм : учеб. пособие / Ю. А. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 464 с.
2. Бабко А. Н. Глобальные системы бронирования в туризме: проблемы и перспективы развития в Украине / А. Н. Бабко // Информационные технологии в управлении туристической и курортно-рекреационной экономикой : материалы III науч.-практ. конф. – Бердянск : АУИТ "АРИУ", 2007.
3. Квартальнов В. А. Туризм : учеб. / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
4. Мальська М. П. Основы туристического бизнеса : учеб. пособие / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. И. Цибух. – К. : Центр образовательной литературы, 2004.
5. Программа развития и реформирования рекреационного комплекса АР Крым на 2012-2013 гг. : [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма АР Крым : официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.crimea.gov.ua>
6. Соловьев А. А. Интернет как средство развития туризма в Крыму / А. А. Соловьев // Культура народов Причерноморья. – 2008. – № 137. – С. 130-133.
7. Министерство курортов и туризма АР Крым : [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.crimea.gov.ua>
8. Государственная служба статистики Украины : [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма до 2020 г. // Приложение 1 к решению городского Совета от 14 сентября 2010 года №10837. <http://flot2017.com/index.php/item/crimea2018/31519>
10. LB.ua.МИР Украины : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://world.lb.ua/news>