О.В. Мілінчук, к.е.н., доц.
Т.С. Осадчук, студ., гр. ЗМО-15м
Житомирський державний технологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Однією з передумов довготривалого успіху підприємства на туристському ринку є використання інноваційних технологій. Інноваційні процеси стосуються створення нового або вдосконалення існуючого туристського продукту (туристського пакета, туру), використання нових туристських ресурсів (інфраструктурні об'єкти, природоохоронні території, фестивалі/концерти), використання нової техніки, технологічних процесів (електронні системи бронювання/продажу, створення віртуальних турагентств, інтернет-реклама), впровадження більш ефективних структур управління й порядку організації окремих бізнес-процесів (інтегровані системи управління, електронний довідник-каталог), маркетингові інновації (виділення нових сегментів ринку, обслуговування нових груп клієнтів). Найбільший вплив на перераховані інноваційні процеси мають інформаційні технології.

Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження он-лайн технологій. Туризм має важливу перевагу перед іншими секторами електронної торгівлі – його споживач отримує придбаний продукт безпосередньо в місці його виробництва, в туристському центрі (немає необхідності доставляти продукт споживача за різними адресами). Крім того, впровадження електронного бізнесу дозволяє використовувати більш економічні канали зв'язку з компаніями і цільовими ринками; споживачам простіше і швидше набувати туристський продукт, що призводить до збільшення обороту і обсягу витрат; забезпечувати більш високий рівень обслуговування й утримання споживача; скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощення процедури торгових угод.

Метою написання даного дослідження є виявлення впливу інформаційних технологій на розвиток туристського ринку.

Завдяки використанню ресурсів персонального комп'ютера та каналів зв'язку було дано перший поштовх до всесвітньої інтеграції баз даних та внутрішніх систем бронювання. На ринку туристичних послуг почали з'являтися глобальні дистриб'юторські системи – SABRE, GALILEO, GABRIEL, AMADEUS та інші, які пропонували турагентствам можливості бронювання та доступ до баз даних постачальників туристичних послуг по всьому світу.

Amadeus є провідним гравцем для глобальної індустрії туризму і авіаперевезень. Охоплює майже 30 % світового ринку і в основному використовується в Європі та Азії. Обслуговування клієнтів здійснюється в 195 країнах. Ресурсна база Amadeus складається з 250000 готелів по всьому світу.

Система Galileo охоплює 22 % світового ринку і в основному використовується в Європі та Північній Америці. Системою користуються більше 67000 туристичних агентств в 160 країнах світу. За допомогою системи Galileo користувачі отримують доступ до 420 авіакомпаній, 90000 готелів; 30000 локацій з оренди автомобілів.

Через Sabre пов'язані більш ніж 55000 туристичних агентств, більше 400 авіакомпаній, 86000 готелів, 25 компаній з прокату автомобілів, 12 круїзних компаній. Охоплює 35 % світового ринку і в основному використовується в Америці.

Удосконалювалося і програмне забезпечення взаємодії між туроператором та турагентом шляхом використання перерахованих інформпродуктів: від роботи в системі офф-лайн, в якій Інтернетом користуються лише для передачі заздалегідь заповнених заявок по електронній пошті, до роботи в режимі реального часу, коли заявки, оформлені та збережені в програмному забезпеченні турагента, автоматично потрапляють в базу даних туроператора. У випадках, коли використовується система он-лайн бронювання, після відправки заявки турагент може одразу прослідкувати її стан. Така система зручна для зв'язку туристських підприємств, що знаходяться в різних часових поясах, економить час та ресурси турагента.

Крім глобальних дистриб'юторських систем, отримати інформацію про послуги готелів, забронювати номери можна за допомогою публічних інформаційних порталів та власних сторінок в Інтернеті. Інформаційні портали надають широкий спектр інформації про туристичні фірми, агентства, можливість вибору та замовлення туру, створюють належні умови для того, щоб ознайомитися з новинами туризму, описом курортів, країн, отримати значний обсяг корисної інформації про особливості подорожі та інше. Спеціалізовані web-сторінки містять інформацію про туристичні послуги, оформлення й відправлення замовлень, оформлення документів у режимі он-лайн для розрахунків традиційним шляхом з використанням стандартних засобів.

Отже, для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування клієнта незамінним стає впровадження автоматизованих систем управління (АСУ). В умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних АСУ.

Їх цінність можна розглядати у двох площинах: 1) процеси, які автоматизуються; 2) дані, які акумулюються під час роботи. Розглянемо значення кожної з них:

1. Автоматизація процесів функціонування систем дозволяє активувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва туристичної фірми. При цьому досягається взаємозв'язок між різними службами фірми, що значною мірою підвищує ефективність праці і дозволяє позбавитися значної кількості суттєвих

помилок, отриманих під час створення продукту (послуги). Разом з тим, керівництво одержує потужній інструмент контролю розвитку туристичної фірми і фінансових потоків, а можливості зловживань персоналу скорочуються до мінімуму. В цілому, з використанням автоматизованих систем туристична фірма стає більш керованою. Керівництво, одержуючи адекватні дані щодо стану справ на даний момент і в перспективі, має можливість приймати коректні і своєчасні рішення.

2. Крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для клієнтів. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги споживача послуг, зберігає дані по кожному клієнту, що коли-небудь користувався послугами туристичної фірми, а процес надання послуг стає безпроблемним для нього.

Існують такі рівні автоматизації з метою впровадження інформаційних інноваційних технологій:

- офісна оргтехніка (телефони, факси, ксерокси);
- комп'ютери із стандартним програмним забезпеченням типу Microsoft Office;
- спеціальне програмне забезпечення – BackOffice та його зв'язок з глобальними системами бронювання;
- наявність власних Інтернет-магазинів.

У наш час професійні офісні програми претендують на повну автоматизацію бізнес-процесів туристичних фірм. На жаль, використання широкого діапазону економічно перспективних комп'ютерних програм, доступних багатьом туристичним фірмам, обмежується недостатньою підготовкою кваліфікованого персоналу, ініціативністю менеджерів. У той же час, інформаційний технологічний прогрес випереджає очікування туристичних фірм у довгостроковій адекватності впроваджених АСУ. Якщо раніше такі фірми змінювали технологічне оснащення, в середньому, кожні 5–8 років, то сьогодні цикл скоротився до 3–4 років, і ця тенденція спостерігається в наш час. Тому, перш за все, керівники туристичних фірм мають усвідомити те, що для ширшого використання комп'ютерних технологій в майбутньому потрібно підвищувати рівень кваліфікації співробітників вже сьогодні. Це призведе до зростання якості обслуговування клієнтів, дозволить менеджерам швидше і точніше компонувати тур, надавати диверсифікований спектр туристичних послуг, покращити рівень розвитку маркетингового планування, підвищити конкурентноздатність послуг на ринку сьогодення.

Важливою тенденцією розвитку міжнародної туристичної індустрії останніх років стало активне використання систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають суттєвого збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління туристичною фірмою інформацію (бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх періодів тощо), враховує специфіку сегментів ринку і проведені реконструкції по ціноутворенню та управлінню тарифами.

Узагальнимо, позитивними сторонами (перевагами) впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи з управління є:

- зниження тривалості операційного циклу;
- своєчасна корекція асортименту послуг, що надаються;
- скорочення витрат ресурсів та вирішення ряду інших завдань.