

УДК 65.014.1.:65.011.11

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Процай А.Ф., Гонтарь Т.Н.

В статье рассмотрены основные принципы применения автоматизированных систем управления в туристической отрасли. В результате исследования выяснилось, что использование автоматизированных систем управления обеспечивает поле для реализации информационной и функциональной взаимосвязи предприятий туристической отрасли, как между собой, так и с властными структурами и предпринимателями.

Ключевые слова: автоматизированная система управления, единый информационный сервер, туристическая отрасль, туристический кластер, взаимодействие предприятий.

Постановка проблемы. В условиях открытого рынка и ужесточения соперничества ключевое значение приобретает задача усиления конкурентных позиций за счет снижения себестоимости, совершенствования финансовой и информационной базы хозяйствования. Опыт функционирования высокоэффективных западных туристских компаний доказывает, что благодаря современным методам можно добиться существенной экономии затрат без ущерба качеству оказываемых услуг, а также более эффективного использования финансовых ресурсов и информатизации управления.

Развитие отечественной туристской отрасли требует создания динамичной, высокоэффективной системы управления предприятиями как первичным звеном индустрии гостеприимства и туризма. Решение этой сложной проблемы требует, прежде всего, переосмысления сформировавшихся представлений о самом процессе разработки туристского продукта и его эффективности в продвижении до конечного потребителя. Все это требует в свою очередь консолидации усилий в области оказания туристических услуг. Желание сделать свои регионы более привлекательными для туристов должно ориентировать как деловые круги, так и госадминистрации реализовывать обширные программы развития туризма, рассчитанные не на быстрое получение прибыли, а на долгосрочную перспективу. Примером такого решения может служить региональная программа развития туризма направленная на создание регионального туристического кластера. Задачей такого кластера будет являться не только создание комфортных условий для туристов, но и обеспечение их безопасности, поиск инновационных решений в развитии турпотенциала, привлечение науки и новых технологий для совершенствования и рационального использования турпродуктов, и самое главное, это может реализовываться только благодаря обеспечению единого информационного пространства в рамках кластера.

Анализ публикаций. Информационное обеспечение туристского бизнеса на региональном уровне опирается на различные туристские информационные и маркетинговые системы и развитую телекоммуникационную инфраструктуру.

Развитие украинского рынка туризма обусловило необходимость в изучении теории и практики управления информационными технологиями. Огромное количество зарубежных исследований в области информационных и коммуникационных технологий в туризме основываются на более чем 30-летнем опыте функционирования различных компьютерных систем. Так, различные аспекты информационного обеспечения туристского бизнеса представлены в работах таких зарубежных исследователей как: Ротман К. [7], Альбанезоу М., Влавьянос Г. [5], Ванг Ф., Арчер М. [6]. Отдельные вопросы автоматизации управления в сфере гостиничных услуг и туризма отражены в публикациях таких отечественных авторов, как Санти А. [3], Николаенко Н.П. [1], Соколов И.А. [2], которые подчеркивают, что без специализированного программного обеспечения невозможно говорить не только о конкурентоспособности туристической фирмы, но даже и о простом существовании бизнеса на прежнем уровне. В настоящее время в отечественных туристских компаниях менеджмент расширяет границы своей ответственности. Рациональное потребление финансовых, информационных и прочих ресурсов в этой связи возможно только в условиях согласования и координации деятельности всех бизнес-подразделений, через которые проходят имеющиеся потоки. Взаимосвязь в туризме – одна из самых насущных проблем, именно от ее решения зависит конкурентное превосходство той или иной турфирмы. Использование специализированных программных продуктов позволит не только реализовать подобную взаимосвязь, но и обеспечит постоянный контроль за текущим состоянием компаний туристической отрасли на всех этапах работы.

Целью исследования является оценка возможности обеспечения взаимосвязанности предприятий туристической отрасли и разработка предложений по созданию единого информационного пространства на основе использования автоматизированных систем управления.

Результаты исследования. Сегодня перед большей частью отечественных предприятий, выбравших туризм основным видом своей деятельности, уже не стоит вопрос необходимости автоматизации как таковой. Дело лишь за выбором самого продукта и той компании, которая будет его внедрять.

Отраслевой программный продукт для туристической компании может помочь решить следующий набор задач:

- помощь в создании туристических предложений и расчет их конечной стоимости;
- формирование единой базы данных, аккумулирующей сведения о предприятиях-партнерах, физических лицах - клиентах, рекламе, которую компания размещает в СМИ, сделанных заявках и платежах по ним, предложениях и их деталях (отелях, авиабилетах, видах услуг), курсах валют и т.д.;
- мощная аналитическая система, позволяющая специалисту-маркетологу и/или руководителю видеть общую картину спроса актуальных предложений, финансового состояния фирмы, отслеживать эффективность рекламы и т.д.;
- сокращение времени при оформлении заявки и упрощение этого процесса за счет автоматической выписки полного комплекта необходимых документов:

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

договора, счета, ваучера, листа бронирования, приходного и расходного кассовых ордеров и др.;

- взаимосвязь выбранной системы автоматизации с другими разработками, используемыми на рынке туристических услуг: поисковыми системами, бухгалтерскими программами и т.д.;

- объединение удаленных офисов в сеть посредством единой базы данных, а также осуществление непосредственной связи с партнерами [4].

Возможности автоматизированной системы управления позволяют обеспечить тесную функциональную взаимосвязь предприятий туристической отрасли. Так, успешно работают такие схемы взаимодействия, когда заявка от продающего агентства поступает к туроператору, а от него - принимающей стороне и обратно в виде подтверждения за считанные минуты.

Все более востребованным становится такой необходимый в работе сетевого турагентства программный продукт, который бы сумел связать любое количество удаленных офисов [6].

Еще одной схемой взаимодействия программных продуктов, специализирующихся на автоматизации туристической отрасли, стала разработка единого информационного сервера. Он позволяет аккумулировать предложения туроператоров, использующих в своей работе специализированное программное обеспечение, и размещать их на специальном сайте для быстрого поиска и бронирования. Теперь, с появлением подобного сервиса, поиск и бронирование тура – основные операции в осуществлении взаимодействия туристического агентства и туроператора – станут более быстрыми, максимально точными, комфортными для персонала турфирм. Вся информация о забронированных предложениях в режиме он-лайн сохраняется при этом в базе данных, как агентства, так и туроператора. Таким образом, туристические программные продукты помимо своей первоначальной цели – автоматизировать и структурировать внутрифирмную работу турфирмы - приобретают принципиально новую функцию [1].

Таким образом, исходя из постановки задач, на сегодняшний день можно выделить следующие основные решения автоматизации предприятий туристической отрасли, отличные функционально:

- программные комплексы для автоматизации офисной деятельности компаний-туроператоров;
- программные комплексы для автоматизации туристических агентств;
- программные комплексы для автоматизации деятельности компаний-туроператоров, обслуживающих туристов на приеме;
- модуль онлайн бронирования для быстрого поиска и бронирования туров на сайте туроператора [5].

В данном случае, под системой онлайн - бронирования подразумевается непосредственная взаимосвязь турагентской программы с актуальной базой данных туроператорского модуля посредством интернета (рис.1) [3]. Этот процесс исключает промежуточные звенья в диалоге «турагентство – туроператор», тем самым позволяя избежать тех явных недостатков, что присущи современным информационно-поисковым системам: частой неактуальности размещенной

информации, невозможности отследить стоп-сейлы, длительного ожидания подтверждения заявки туроператором, наконец, человеческого фактора.

Все разработки, указанные в схеме взаимодействия, – это готовые программные продукты. Они, как правило, не требуют обязательной подгонки под каждую отдельную компанию и доработки. После установки программы начинается непосредственная работа. Кроме того, возможна интеграция с другими системами автоматизации, в частности, широко распространенными системами бухгалтерского учета [7].

Данная схема взаимодействия представляет собой своеобразную модель формирования туристического кластера, обеспечивающего поле для реализации информационной и функциональной взаимосвязи предприятий туристической отрасли. Задачей кластера является не только создание комфортных условий для туристов, но и обеспечение их безопасности, поиск инновационных решений в развитии турпотенциала, привлечение науки и новых технологий для совершенствования и рационального использования турпродуктов. Таким образом, основная задача создания кластера заключается в комплексном подходе к развитию туристической отрасли.

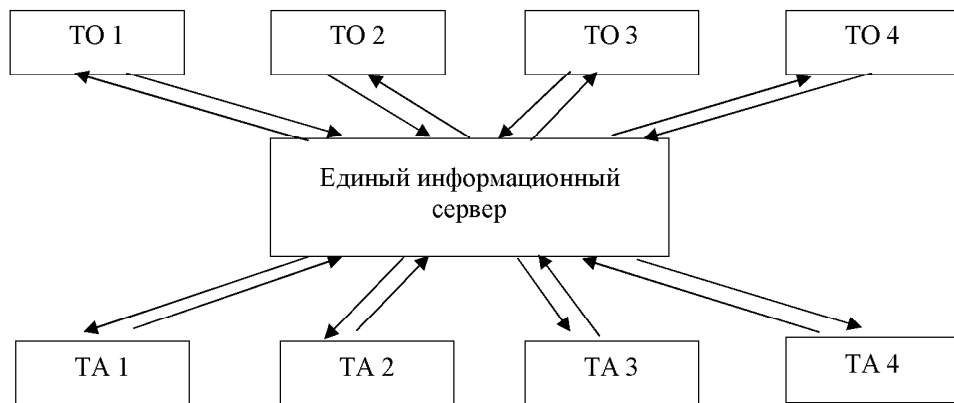


Рис. 1. Взаимосвязь турагенств (ТА) с туроператорами (ТО) посредством единого информационного сервера

Многоуровневая кластерная схема предполагает и создание новых рабочих мест, и усовершенствование отелей и турбаз, и реализацию свежих овощей и фруктов, и туристические автоперевозки. По сути, кластер — это оживление всех направлений, связанных с туристической деятельностью, — торговли, сферы питания, экскурсионной деятельности, организации концертов и шоу. Поэтому фирмы, входящие в кластер, заинтересованы в притоке отдыхающих и берутся обеспечить им комфортный отдых: строители возводят современное жилье, растут новые торговые точки, расширяется сеть ресторанчиков и кафе, где можно вкусно и недорого поесть. По сути, эти предприятия — мелкие и средние инвесторы региона,

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

и чем качественнее и эффективнее их работа, тем выше уровень поступлений в казну.

Однако без единой базы данных предприятия остаются разрозненными в информационно-рекламном пространстве области и требуют систематизации. Создание туристического кластера на территории АРК на базе создания единого информационного сервера позволит обеспечить согласованность действий не только основных игроков туристической отрасли, но и властных структур и предпринимателей [2].

Вопрос своевременности создания туристического кластера не раз поднимался Крымской ассоциацией туристических агентств (КАТА). Так как, лишь общими усилиями всех участников туристического сектора, можно обеспечить успешное продвижение Крыма на международных туристических рынках. Анализируя растущий интерес к украинскому побережью Черного моря со стороны немецких и польских туристов, следует отметить, что уникальное сочетание культурных, исторических и климатических факторов Крыма не всегда может компенсировать для иностранного туриста существующие проблемы туристического сектора. Поэтому представители более 100 участников туристического рынка, объединенных КАТА, рассматривают кластер как эффективный механизм повышения качества сферы обслуживания, оптимизации соотношения цены и качества туристических услуг и улучшения условий транспортной инфраструктуры, что в свою очередь свидетельствует об еще одном преимуществе кластеров, которые являются наиболее эффективным способом привлечения прямых иностранных инвестиций, дают возможность объединить усилия малого и среднего бизнеса и крупных предприятий в реализации конкретных масштабных проектов [2, с. 45].

Выводы и предложения. Создание единого информационного пространства – одна из самых важных задач, стоящих перед туристической отраслью. Взаимосвязь между турагенствами, туроператорами, властными структурами и предпринимателями может реализовываться различными способами, как на административном уровне, так и с помощью обеспечения функциональной взаимосвязанности предприятий туристической отрасли, путем создания единого информационного пространства. Последний способ на наш взгляд является наиболее эффективным, так как несмотря на оптимистические прогнозы развития, туристический сектор Крыма пока не может быть конкурентоспособным из-за застарелых проблем сектора, пока решаемых за счет админресурса. АРК обладает уникальным туристическим потенциалом, что при эффективном его использовании с помощью кластеров позволит серьезно укрепить туристическую индустрию страны и оказать значительное благоприятное воздействие на развитие ее сопутствующих структурных элементов, в т.ч. на производство товаров широкого потребления, АПК, торговлю, строительство, транспорт, связь, другие виды услуг. Основными преимуществами кластеров являются возможность привлечения прямых иностранных инвестиций, возможность объединить усилия малого и среднего бизнеса и крупных предприятий в реализации конкретных масштабных проектов.

Обычно кластеризация проходит в регионах самостоятельно, без участия извне, но поддержка и контроль со стороны местной власти необходимы. Именно от их действий в значительной мере зависит становление и развитие кластеризации. Имеется в виду законодательство, которое должно стимулировать местное предпринимательство и способствовать конкурентоспособности рынка туристических услуг.

Список литературы

1. Николаенко Н. CRM системы в туризме// Украинский Туризм. –2006. – № 5. – С.24-29.
2. Соколов И.А. Внедрение моделей инновационной логистики в деятельности туристских фирм в условиях устранения проблем их функционирования.// Украинский туризм. – 2007. – №4. – С. 41-47.
3. Санти А. IT в туризме// Украинский туризм. – 2006. – № 6, – С. 18-21.
4. Соколов И.А. Логистика туристического предприятия: Учебное пособие. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. – 258 с.
5. M. Albanizou, S Symeonidis, G. Vlavianos, and E. Sofikitis. Applying crm analytics in the tourism industry: A data miningperspective.// 13th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services ScienceIn. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS), Budapest, July 9-12, 2006.
6. Wang, F., Head, M., Archer, N. The relationship building model for the web retail market place// Harvard Press. – No.5, – pp.374-378.
7. Hal K. Rothman The Culture of Tourism, the Tourism of Culture. – Albuquerque: University of New Mexico Press, 2003. – 250 pp.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Процай А.Ф., Гонтар Т.Н. Використання автоматизованих систем управління для забезпечення взаємоз'язку підприємств туристської галузі // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 253-258.

У статті розглянуті основні принципи застосування автоматизованих систем управління у туристській галузі. У результаті дослідження з'ясувалося, що застосування автоматизованих систем управління забезпечує поле для реалізації інформаційного та функціонального взаємоз'язку підприємств туристської галузі, як між собою, так й з владними структурами та підприємствами.

Ключові слова: автоматизована система управління, єдиний інформаційний сервер, туристська галузь, туристський кластер, взаємодія підприємств.

Protsay A.F., Gontar T.N. Automated management system employment for providing correlation of tourism industry enterprises // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 253-258.

Main principles of automated management system employment in tourism industry are considered in the article. As a result of research it is discovered that automated management system employment provides the field for realization of informational and functional correlation between tourism industry enterprises, government officials and entrepreneurs.

Key words: Balanced Scorecard, automation, efficiency showings, IT Scorecard, business-processes optimization.