

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

Совершенствование программного обеспечения как одного из инструментов развития туристической отрасли

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 361 группы

направления 43.04.02 «Туризм»

Института истории и международных отношений

Коваленко Марии Алексеевны

Научный руководитель

ДОЦЕНТ, К.Э.Н., ДОЦЕНТ
должность, уч.степень, уч.звание

ПОДПИСЬ, дата

С. Е. Каменева
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

проф., д.э.н., профессор
должность, уч.степень, уч.звание

ПОДПИСЬ, ДАТА

Т.В.Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2021

Введение. Основной целью магистерской работы является определения методов совершенствования программного обеспечения для сферы туризма, с изучением достоинств и недостатков существующих информационных систем на примере туристического агентства «Триаком-тур» и туристического оператора «Tez-tour», а также туроператора «TUI», определение потребительской ценности автоматизированных информационных систем в сфере туризма. В данной магистерской работе выявлена тесная связь между человечеством и природным многообразием, которая в свою очередь с течением времени стала единой, тесной и неделимой. Невозможно познать глубину человеческого мышления, которое привело к развитию современных информационных технологий для сферы туризма, не окунувшись в саму историю развития туризма в целом. Исторически сложилось, что туризм существует на протяжении всего срока существования человечества, поскольку, в сущности, туризм — это краткосрочное покидание места постоянного проживания, но в прошлом это была скорее вынужденная мера. Сегодня же туризм — это одно из важнейших направлений в сфере экономики государства, туристическая отрасль дает возможность показать гостям всю привлекательность различных мест. За счет туризма обогащается бюджет государства, развивается инфраструктура; увеличивается поток инвесторов в государство в целом или в отдельный регион.

С приходом современных информационных технологий туристическая отрасль получила новый толчок в развитии, и этот процесс идет до настоящего времени. Современный человек настолько сильно привык к существованию информационного пространства вокруг себя, что не может представить мир без телефона или компьютера. Отправляясь на отдых, человек тем более не хочет лишних проблем, связанных с подбором тура, оформлением билетов, а потому невозможно построить нормальный туристический бизнес без использования информационных технологий.

Современные международные стандарты, писанные и неписанные, также диктуют моду на ведение туристического бизнеса в электронном виде.

Целью данной магистерской работы является изучение тенденций развития и выявление методов совершенствования информационных технологий в сфере туризма (в том числе на примере туристического агентства «Триаком-тур» и туристического оператора «Tez-tour»), а также туроператора «TUI»

Для достижения данной цели в работе поставлены следующие задачи:

1. Изучить рынок программ и комплексов для туризма.
2. Проанализировать работу программ для туристического бизнеса (операторов и агентов), сравнить, выявить достоинства и недостатки.
3. Разработать проект совершенствования системы самообслуживания для взаимодействия турагентства «Триаком-тур» и потребителя, а также рекомендации по ее взаимодействию с туроператором, используя личный опыт и опыт существующих автоматизированных систем туристического оператора «TUI»
4. Отследить тенденции развития и совершенствования программного обеспечения для организации туризма.
5. Изучить потребительскую ценность информационных технологий в организации работы турагентства и туристического оператора.
6. Выяснить экономическую эффективность совершенствования программного обеспечения.

Актуальность работы обусловлена динамикой ситуации на туристическом рынке, где достаточно быстро меняются условия и требования законодательства, повышаются требования к обслуживанию клиентов, к хранению и получению информации. Для того чтобы занимать лидирующие позиции в сфере туристического бизнеса, нужно учитывать новые веяния моды по обслуживанию и запросы потребителей.

Объектом исследования является внутренняя среда туристического агентства при использовании специализированных программных продуктов. Предметом исследования выступают программы и комплексы для туризма.

Работа составлена с использованием теоретических и эмпирических методов исследования с опорой на научную литературу, справочники, статьи, авторами которых являются В.Ф. Иконников, Л.В. Карич, Ю.В. Осипова, Л.А. Родигин, В.Н. Шитов и др., содержание работ которых составляет описание документационного обеспечения в туризме, Интернет-технологий в туризме и гостеприимстве.

Структура магистерской работы. Работа состоит из трех глав, введения и заключения. В первой главе выпускной квалификационной работы дан обзор программного обеспечения в туризме, даны определения основным понятиям, рассмотрены особенности использования глобальной компьютерной сети Интернет в туристской деятельности, рассмотрены тонкости использования сети Интернет в туристической фирме. Так же рассмотрена значимость совершенствования информационных технологий в современной туристической отрасли.

Вторая глава магистерской работы посвящена анализу программно-информационного обеспечения в сфере туризма, выявление достоинств и недостатков в сравнении друг с другом, а также взаимодействию туроператора и турагента, рассмотрению предложений совершенствования программного обеспечения для сферы туризма

Третья глава выпускной квалифицированной работы посвящена тенденциям совершенствования программного обеспечения для организации туризма, созданию инновационных решений и применению их на практике, а также выявлению потребительской ценности информационных технологий в организации туризма. Так же затронуты современные требования к системам туроператоров, описаны способы автоматизации процессов обслуживания в сфере туризма. Практика применения современных инноваций в туристической сфере, рассмотрение цели совершенствования программного

обеспечения, результаты использования их в реальной жизни. Выявление преимуществ и недостатков рассмотренных программных продуктов, предложения по их совершенствованию и совершенствованию работы туристического агентства с их применением.

Выявлена экономическая эффективность совершенствования программного обеспечения туристического агентства, с помощью внедрения автоматизированного программного комплекса

Основное содержание работы. Сегодня туристские услуги предлагают более 150 стран мира, каждая из которых имеет свой характерный образ жизни и ведения туристического бизнеса, как следствие, может положительно влиять на все более разнообразный спрос и мотивацию поездок туристов. В туристском бизнесе, как и в других отраслях экономики, появилась тенденция глобализации, отражающая сотрудничество государств и социальных организаций в политической, экономической, культурной и других областях, поэтому наряду с прочими информационными технологиями, туристический бизнес активно эксплуатирует для достижения своих целей глобальную сеть.

Интернет, появившись относительно недавно, уже прочно вошел в жизнь современного человека, принимая участие во всех сферах его деятельности. Не остался в стороне и туризм, который в глобальной сети нашел новые возможности для своего развития. Можно констатировать, что Интернет влияет на маркетинговые стратегии туризма больше, чем любая другая технология со времен изобретения телевидения, став важным методом продвижения туристического продукта.

К основным направлениям применения Интернета в сфере туризма можно отнести:

- использование Интернет-механизмов в продвижении туристического пакета и отдельных туристических продуктов (например, поисковое продвижение сайта компании, проведение адресных расписок, работа туристических электронных бирж и др.);

- развитие Интернет-сервисов бронирования, позволяющих в режиме реального времени заказывать определенное количество туров или отдельных туристических продуктов как турагентам, так и обычным пользователям. Глобальные системы распределения или бронирования, которые были изначально «аристократической забавой», уже несколько лет активно осваивают Интернет, что делает их доступными для любого пользователя;

Чтобы создать собственную систему бронирования, оператор может пойти одним из двух путей: создать ее самостоятельно благодаря штатным программистам или купить (взять в аренду) существующую и работающую систему бронирования в одной из фирм, занимающихся разработкой программного обеспечения. Первый вариант сегодня почти не встречается, так как является экономически неоправданным.

С внедрением вычислительной техники в социальную среду появился специальный термин «информационная технология». Под информационными технологиями управления (далее — ИТУ) подразумевается система методов и приемов сбора, накопления, хранения, поиска и обработки информации на основе применения вычислительной техники. Цель применения ИТУ заключается в повышении эффективности использования всех видов ресурсов: трудовых, материальных, финансовых и др.

Для повышения конкурентоспособности в сфере туризма безусловно требуется автоматизация бизнес-процессов организации. В принципе, в небольших турагентствах это возможно сделать, применив стандартное прикладное программное обеспечение, тогда как туроператорам требуется специальное программное обеспечение, включая целые программные комплексы.

Автоматизация турфирмы обычно включает в себя набор функций:

- получение и обработка информации от разных туроператоров;
- ведение внутреннего документооборота и бухгалтерии;
- выстраивание взаимоотношений с туроператорами;

- анализ данных и получение статистических отчетов¹.

Так же в перечень функций можно внести использование электронных сетей баз данных и различных систем бронирования, в том числе через глобальную сеть. Стоит помнить и о том, что уровень квалификации пользователей может быть разным, т. е. они могут быть как профессионалами в компьютерной области, так и непрофессионалами — в системе управления может быть встроен обучающий модуль.

Все программное обеспечение для сферы туризма делится на общее и специализированное. Общее, такое как операционная система, пакеты офисных программ и прочее, в рамках нашего исследования не рассматриваются, потому что использование только общих программ предполагает крайне низкий уровень информатизации предприятия.

Актуальным является рассмотрение всеобъемлющей системы отбора предложений туроператора, которая позволит в считанные секунды выбрать подходящий вариант отдыха. Отбор может осуществляться по критерию цены, категории гостиницы, направления, туроператора, сроков поездки и др. Затем данная система позволит сформировать заявку из выбранного предложения и отправить ее туроператору по согласованному варианту обмена: по факсу или по электронной почте.

Можно выделить основные возможности концептуальной системы:

- создание электронного документа с описанием состава тура (описываются гостиницы, транспорт, дополнительные услуги);
- создание электронного документа на основе предложения от туроператора (перенос всех данных о заказе из предложения в заявку);
- печать необходимых документов на основе электронного документа - ведение архива постоянных клиентов;
- учет платежей по заявкам (приходных и расходных);

¹ См.: Автоматизация работы в туристическом бизнесе. URL: <http://helpiks.org/5-104074.html> (дата обращения: 08.05.2018 г.).

- управление доступом различных пользователей к режимам программы;

- возможность ведения дополнительных справочников — «Звонки» и «Реклама» (учет телефонных звонков и учет эффективности рекламы).

Дополнительные возможности программы:

- загрузка в базу данных предложений туроператоров из файлов формата TravelXML;

- создание заявки на основе предложения из различных поисковых систем туроператоров;

- ввод примечаний и пометок по каждой заявке для удобства обработки;

- гибкость в создании своих собственных отчетов.

Одним из основных направлений применения информационных технологий в турагентствах является внедрение мультимедиа. Основная особенность мультимедийного компьютера — это наличие дополнительных устройств, таких, как CD-ROM-накопители, USB-накопители, звуковая карта, колонки, и др., а также специального программного обеспечения. Поясним, почему нами выбрано именно это направление. Например, существуют виртуальные экскурсии и путешествия — презентации, которые позволяют зрителям осмотреть основные интересующие их объекты (достопримечательности) еще до реального их посещения. В частности это могут быть произвольно движущиеся панорамы объектов. Имеется возможность озвучивания презентации, встраивание в нее пояснительных надписей. Для их воспроизведения таких презентаций в рекламных целях необходим мультимедийный компьютер.

Сеть Интернет в принципе занимает особое место среди информационных технологий, используемых в туристическом бизнесе. Плюсы от ее использования очевидны.

1. Интернет предлагает огромное количество необходимой в работе турагентств информации — от адресов гостиниц и расписаний авиарейсов до

визовых и таможенных правил и предложений российских и зарубежных туроператоров. Причем любой по объему — от прайс-листов до целых каталогов. Информация в Интернете доступна пользователям — агентствам или клиентам — 24 часа в сутки и 7 дней в неделю.

2. Появившиеся сервисные программы для Интернета такие, например, как Skype, позволяют разговаривать с любой точкой мира практически бесплатно или по цене несколько центов за минуту, что в 5-10 раз дешевле традиционной телефонной связи.

3. Также многие агентства, работающие в Интернете, теперь предпочитают традиционной бумажной факсовой рассылке более дешевую и удобную электронную почту или различные мессенджеры.

4. Наличие Интернета дает возможность турагентству иметь свой собственный сайт, что способствует быстрому выходу на клиентов. Возможность для клиента сделать бронь тура в онлайн-режиме помогает турагентству захватить и ту часть аудитории, которой нет времени проводить время для выбора тура в офисе турфирмы.

Турагентства и туроператоры активно используют информационные технологии — без компьютерных систем бронирования, видеосистем, систем взаимодействующих видеотекстов невозможно представить ежедневное планирование и управление операциями. Используются информационные технологии и для организации коммуникации между организаторами туров и их продавцами.

Например, благодаря информационным технологиям, турагентства крайне оперативно получают доступ к информации о наличии возможных услуг, стоимости, качестве, времени прибытия и отправления по разнообразному ряду туристических услуг от своих поставщиков. Более того, турагентства могут связаться с этими базами данных для того, чтобы сделать и подтвердить свой заказ. Функционирование и эффективность этих систем требуют, чтобы поставщики туристических услуг усвоили, по крайней мере, минимальный уровень технологии (например, навыки работы с

персональными компьютерами и использования сетевых ресурсов в турагентствах), чтобы получать доступ к таким системам и быть на них представленными. Благодаря информационным технологиям и Интернету, турагентство может максимально быстро ориентироваться в услугах туроператора, максимально четко и своевременно реагировать на изменения в условиях предоставления тех или иных услуг, изменения самих услуг, предложить клиенту альтернативу.

Мной были выявлены проблемы использования программного обеспечения в организации туризма, изучены методы повышения качества используемых программных продуктов. При рассмотрении вопроса автоматизированной разработки туров, стоит отметить, что использование специализированного программного обеспечения дает серьезные преимущества:

- снижение нагрузки на сотрудников;
- снижение финансовой нагрузки туристского агентства (сколько денег можно сберечь на одной бумаге, если документооборот будет электронным), к примеру, сети всемирных аэропортов порядка десяти лет назад окончательно перешли на электронный документооборот, касательно билетов для перелетов — они тоже электронные;
- разработка и формирование единого стандарта подбора туров и путевок для клиентов;
- разработка и организация собственного виртуального пространства для работы с различными операторами;
- объединение покупки тура и оформление финансовых документов в одном приложении².

Однако использование специальных программных комплексов имеет и ряд недостатков:

² См.: Использование программного обеспечения в разработке туристского продукта. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/09/38389> (дата обращения: 08.05.2018 г.).

- проблемы с оформлением виз в онлайн режиме, т.к. в настоящее время для оформления данного документа все еще требуется неоднократное присутствие клиента в посольстве или ином учреждении, предоставляющем услуги по оформлению виз;

- психологический барьер, ведь многие люди доверяют деньги только при условии личного общения с менеджером, несмотря на повсеместную развитость современных информационных технологий не одно десятилетие, кибермошенничество все же никуда не делось;

- узкая осведомленность пользователей об использовании специализированного программного обеспечения, неумение владеть персональным компьютером на должном уровне, периодические сбои на стороне Интернет-провайдеров (к сожалению, эту проблему невозможно исключить);

- несоответствие оснащенности вычислительной техники системным требованиям установленного программного обеспечения или комплекса в результате банальной экономии денежных средств той или иной туристической фирмой;

- логические ошибки при разработке специализированного программного обеспечения, ввиду того, что любая информационная система разрабатывается программистом или группой разработчиков, а человеческий фактор, к сожалению, невозможно исключить. Так же нельзя не отметить дороговизну программного обеспечения, и зачастую отсутствие достойного варианта, соответствующего необходимым запросам и требованиям.

Заключение. В данной магистерской работе было рассмотрено совершенствование развития программного обеспечения, место и роль информационных технологий в туристической деятельности, используемые программы и комплексы - в том числе на примере реальных турагентств.

В ходе изучения совершенствования технологий для туризма с применением инноваций, сделан вывод о том, что обслуживание клиентов

должно быть максимально простым, быстрым и комфортным, без затрат личного времени и поездок в офис турагентства.

Таким образом, возможности использования информационных технологий в туроператорской деятельности огромны.

Основной тенденцией развития программного обеспечения в сфере туризма является использование агентами ресурсов туроператора через глобальную сеть Интернет (удаленное оформление заявки). Это позволяет ускорить процесс взаимодействия турагент — туроператор.

Что касается туристических агентств, то их будущее, в том числе рассматриваемого нами в рамках данной работы, лежит в области реализации проекта удаленного самообслуживания.

Использование сети Интернет в турагентствах дает такие возможности как:

- удаленный доступ к базе принимающей стороны для подтверждения услуг в реальном масштабе времени;
- доступ клиентов к офисной базе (необязательно напрямую) из Интернета и другие.

Со стороны туроператора основными тенденциями развития программного обеспечения является наличие Интернет-магазинов на их сайтах.

Кроме основных, следует отметить так же следующие тенденции в турбизнесе:

- создание сетей турагентств туроператорами на основе единых технологий;
- создание стандартов обмена информацией между участниками туристического рынка;
- продажа билетов авиаперевозчиками в основном через глобальную сеть;
- использование облачных технологий как технического решения для специализированных программ.

Изучив историю информационных технологий в сфере туризма, было выявлено, что на протяжении последних нескольких десятилетий наблюдается стремительное развитие, совершенствование и положительная динамика в разработке программного обеспечения для туристического бизнеса. Кроме того, в ходе работы мною изучены тенденции и перспективы совершенствования и развития современных информационных технологий и возможности их использования в сфере предоставления туристических услуг; проанализированы составы программных продуктов, выявлены достоинства и недостатки. Приведены примеры возможных путей решения проблем, связанных с использованием, внедрением и совершенствованием информационных систем и программных продуктов. Все информационные системы в целом не отличаются по функционалу, но разнятся подходом и логикой выполнения тех или иных задач.

Основные проблемы, преследующие в настоящее время внедрение компьютеров, обязаны своим происхождением прошлому. Но сегодняшняя ситуация сильно отличается: сферы применения компьютеров стали более комплексными, и влияние их на различные области деятельности возросло в связи с увеличением темпов роста компьютерного прогресса. Современное развитие информационных технологий сделало огромный шаг в сторону инновационных разработок программного обеспечения, и для сферы туризма в том числе. В свою очередь это позволило и позволяет вновь и вновь разрабатывать современные программные системы, автоматизированные информационные продукты, а также совершенствовать уже зарекомендовавшее себя, давно выпущенное программное обеспечение.

Проведен подсчет экономической эффективности при внедрении программного комплекса «Мастер Агент», который показал, что внедрение разработанных предложений поможет становлению управленческого учета в туристском бизнесе, позволит повысить оперативность учета, улучшить информационное обеспечение, будет способствовать достижению практической реализации безубыточной работы туристского предприятия.

Касаемо перспектив развития туристического агентства на сегодняшний день, можно сделать вывод о том, что в условиях экономического кризиса и других последствий, связанных с пандемией Коронавируса, таких, как нарушение авиасообщения, закрытие международных границ, жесткие условия пребывания на территории тех или иных стран, грубая ценовая политика, отсутствие предложения и снижение покупательского спроса, привели к тому что, на данный момент никакие новшества и совершенствования программного обеспечения не способны переломить ситуацию на рынке туризма, если только не усугубить ситуацию прибыльностью и существованием туристического агентства.