

**Э.Н. Семенова, А.А. Молдован, Д.И. Тереладзе**

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Рассматривается роль информатизации и информационных технологий в современном обществе как основных факторов повышения конкурентоспособности российских туристских организаций и как важнейший стратегический ресурс развития туристской отрасли.*

**Ключевые слова:** информатизация; стратегия; технология; бизнес-процесс; туристическая индустрия; конкурентоспособность; эффективность.

*We research the role of informatization and information technology in the modern society as main factors to increase competitive ability of Russian tourist companies and as the key strategic resource of travel industry development.*

**Keywords:** informatization; strategy; technology; business process; travel industry; competitive ability; efficiency.

Современный этап развития мировой экономики характеризуется не только интенсивностью процессов глобализации и информатизации, но и превращением туризма в одну из важнейших ее отраслей, ростом потребления накопленных человечеством культурно-исторических ценностей, рекреационных ресурсов в целях развития общества. По прогнозам ВТО, к 2020 году Россия войдет в первую десятку стран, как по приему туристов, так и по выезду туристов за пределы государства. В последнее десятилетие в России наблюдается бум спроса на туристическом рынке. В туристской индустрии работает более 1 млн. человек, или 2,3% занятого населения страны [2]. Современные тенденции и закономерности развития информационных процессов в сфере туристского бизнеса подтверждают выводы о высоких темпах информатизации, как процессов управления, так и процессов производства услуг. При этом к информационным технологиям можно отнести все средства обработки, передачи и использования информации, включая, в том числе, и компьютерные технологии [1].

Быстрое изменение внешней среды предприятия приводит к увеличению объемов и скорости распространения информации. Для успешного ведения бизнеса необходимо сокращать время принятия решений, что неизбежно приводит к увеличению

скорости передачи информации на базе применения новых информационных технологий. Как показывает международная практика, повышение конкурентоспособности туристского продукта любой страны на мировом рынке возможно только при участии государства с выделением бюджетных средств, достаточных для некоммерческого продвижения турпродукта на внутреннем и внешнем рынках. Россия только теперь начинает развивать эту доходную и многогранную сферу, но уже сейчас можно говорить о положительных тенденциях. Появились компании, занимающиеся вопросами разработки программных средств для предприятий туризма, регулярно выпускающие отчеты о результатах своей деятельности. Выходит большое количество периодических изданий, освещающих эту проблему. Сдерживающим фактором для быстрого и качественного роста является низкая информационная грамотность и слабые коммуникации.

Информационные технологии упрощают процедуру формирования туристского продукта благодаря использованию Интернета, международных систем бронирования, электронных каталогов путешествий, электронных баз данных и т.д. Эти технологии увеличивают производительность в сфере услуг, обеспечивают предприятию конкурентное преимущество. Туризм как

межотраслевая сфера экономики обладает мультипликативным эффектом, способствует развитию и интеграции ряда смежных отраслей: индустрии питания, транспорта, развлечений, связи, размещения, предприятий, производящих товары туристского спроса, и т.п., которые должны бесперебойно, оперативно обмениваться большими потоками информации. Все это способствует превращению информации и информационных технологий практически в основной ресурс производственного процесса. Применительно к предприятиям под информатизацией целесообразно понимать систематическое использование информации и информационных технологий в бизнесе. Предприятия, которые первыми начали внедрять информационные технологии в свою деятельность, получили серьезное конкурентное преимущество, обзавелись сайтами, которые быстро стали мощным инструментом в управлении бизнесом. Информационная система управляет всеми процессами на предприятии и освобождает специалистов от рутинной работы, обеспечивая их необходимой информацией для принятия эффективных управленческих решений. Для применения любого типа информационных технологий необходима ее реализация через информационную систему, которая осуществляет все информационные процессы и процедуры в их взаимосвязи и подчинении единой цели деятельности предприятия. Сегодня большинство организаций самостоятельно занимаются вопросами автоматизации, информатизация носит несистемный характер, часто не пересекается с общей стратегией организации, а в принятии решений о выборе информационных систем преобладает субъективное мнение, которое не всегда может совпадать с интересами организации.

Рынок информационных технологий в туризме предлагает пользователям выбор следующих систем: для туроператоров – сайты с системами онлайн-бронирования; для начинающих или небольших турагентств – системы поиска и бронирования туров; для крупных турагентств – специализированные программные комплексы внутриофисной автоматизации. Программные продукты разрабатываются как для

широкого круга потребителей, так и по заказу конкретной фирмы. Все предлагаемые технологии для автоматизации туристского офиса обеспечены сервисным обслуживанием, которое включает обновление, консалтинг, обучение персонала, гарантийное обслуживание. В настоящее время разработчики отказываются от создания дорогих универсальных автоматизированных систем и идут по пути разработки локальных информационных систем для туроператоров, турагентов, перевозчиков, маркетинга, гостиниц, ресторанов, развлекательного бизнеса.

Эффективная автоматизация бизнес-процессов организаций является основным фактором их успешной деятельности. В настоящее время недостаточная эффективность информатизации в организациях объясняется отсутствием или недостаточным развитием в компании стратегии внедрения и применения информационных технологий (программ развития информационных систем в соответствии с основной стратегией предприятия, ее миссией, текущими и будущими потребностями бизнеса). Заметное преимущество может дать предприятию только грамотно построенная и реализуемая ИТ-стратегия. Она позволяет предприятию автоматизировать его деятельность целостно на всех уровнях управления, обеспечивая рациональное использование ресурсов.

На современном российском рынке наиболее популярными системами автоматизации работы туристских организаций являются «Мастер-Тур», «Туроператор», «СамоТур», «ТурбоТур» и др. Программный комплекс «Мастер-Тур», разработанный фирмой «Мегатек» в 1995 году, сегодня установлен в 70% туристских компаний России и стран СНГ. В настоящее время разработана линейка продуктов «Мастер-Тур», которая охватывает все целевые группы современных систем. Интернет в индустрии путешествий существует уже более 15 лет, к нему подключены десятки тысяч локальных сетей туристских и других компаний, но не более 10% российских потребителей туристических услуг бронируют туры через Интернет. Большинство российских сайтов по туристской тематике на-

правлены только на информирование клиента. Продажи туристских услуг в Интернете составляют 2% от общего объема продаж. Купить путевку по-прежнему можно лишь в офисе турагентства. Единственное, чем в этой ситуации может помочь туристу сайт компании – это оформить заявку. Однако регулярные опросы, проводимые фондом «Общественное мнение», свидетельствуют о постоянном росте числа интернет-пользователей в России, доля которых среди взрослого населения страны составила 43%, почти 50 млн. человек. Процент онлайн бронирования туров со стороны турагентств, пользующихся специализированными сайтами туроператоров, достигает 60% [3; 4].

Для принятия правильных стратегических решений программное обеспечение, используемое турфирмой, должно формировать исчерпывающее количество статистических отчетов, показывающих рентабельность работы компании, промежуток времени, среднюю доходность заявок по направлениям и туроператорам и т.д. Это позволяет предприятию правильно ориентироваться на рынке и разрабатывать нужные направления деятельности, выстраивая взаимоотношения с туроператорами. Информационные технологии связаны с использованием компьютеров, которые, в свою очередь, объединены в локальные, региональные, глобальные сети. Изучение сети в целом предполагает знание принципов работы ее отдельных элементов: компьютеров, коммуникационного оборудования, операционных систем, сетевых приложений. Системы информационных технологий, которые используются в туристской индустрии, состоят из систем резервирования, информационных систем управления, телефонных сетей, систем проведения видеоконференций, систем электронной переделки денег и т.д. Прямое спутниковое соединение из любой точки мира, использование видео-средств и другие коммуникационные технологии помогают поставщикам туристских услуг в ведении бизнеса. Современные туристы стали требовательнее, им важно знать, куда они едут, кто там их встретит и сколько это будет стоить. Теперь у потребителя есть возможность полу-

чить еще и визуальную информацию о месте пребывания, его особенностях не выходя из дома. В настоящее время отечественный рынок информационных технологий предлагает десятки разнообразных программных продуктов для автоматизации деятельности агентов туристского рынка, но масштабы их внедрения не значительны. В качестве основных причин этого можно выделить следующие: отсутствие на предприятиях достаточно квалифицированных специалистов, использующих стратегические подходы к управлению информационными технологиями; неразвитость отечественных информационных сетей, систем и туристской инфраструктуры в целом; отсутствие регулирования и достаточной поддержки сферы информационных технологий в туристской индустрии со стороны государства; недостаточное применение международного опыта в данной сфере.

Внедрение систем автоматизации позволяет туристским компаниям повысить качество продукта и сократить затраты на поиск, сбор и обработку информации, обеспечить взаимодействие в режиме реального времени с участниками рынка, расширить ассортимент услуг, а также автоматизировать процессы ведения документации, отчетности, бухгалтерского учета.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении / под ред. проф. В.В. Трофимова. М.: Юрайт, 2011. 521 с.
2. Резолюция II Международной конференции «Санкт-Петербург – морская столица России. Морской туризм» // Санкт-Петербург – морская столица России: [сайт]. URL: <http://globalport.ru/ru/info/112.html> (дата обращения: 23.12.2011)
3. Туристический бизнес перебирается в Интернет. Российские тенденции // *Oborot.ru* – сайт об электронной коммерции. URL: [www.oborot.ru/news/10834/24](http://www.oborot.ru/news/10834/24) (дата обращения: 14.03.2012)
4. База данных ФОМ: [сайт]. URL: [http://bd.fom.ru/report/map/pressr\\_130611](http://bd.fom.ru/report/map/pressr_130611) (дата обращения: 30.03.2012)