Рязанский филиал Московского психолого-социального института

Курсовая работа

по дисциплине «Техника и технологии в СКСиТ»

на тему:

«Применение в туризме новейших цифровых технологий. Использование глобальных компьютерных сетей».

Выполнила:

студентка факультета СКСиТ,

группа 07Т3

Елшина Анастасия

Проверил:

преподаватель Котанс А.Я.

Рязань 2010.

***Содержание:***

**туризм информационный технология**

Введение

1. Сетевые информационные технологии, глобальная компьютерная сеть Интернет
2. Информация - связующие звено туристкой отрасли
3. Информационные компьютерные технологии в управлении туристскими организациями
4. Компьютерные системы бронирования

Заключение

***Введение***

Информатизация - одна из наиболее ярких черт системы общественных отношений развитых стран. Человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация, знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста.

Необходимо понимать, что технологический прогресс является сегодня не только главным фактором обеспечения благосостояния нации, но и важнейшим условием процесса ее устойчивого развития. При этом приоритетное внимание должно быть уделено именно информационным технологиям, которые благодаря их особым свойствам катализатора будут активно содействовать технологическому прорыву страны не только в информационной сфере, но и во многих других не менее важных направлениях.

В современном информационном обществе повышается значение информации как товара. Это является следствием общего роста информационных потребностей и выражением развития отрасли информационных услуг. Свидетельство тому - увеличение вклада информационного сектора в создание национального богатства.

Наиболее динамично развивается информатизация в сфере рыночной инфраструктуры: предприятия, осуществляющие посреднические услуги при купле-продаже товаров, ценных бумаг и валюты, равно как и рекламно-представительские услуги и аудиторскую деятельность, оснащены в основном новой современной информационной техникой.

Очередной революционный этап информатизации общества связан с необыкновенным ростом использования глобальных компьютерных сетей.

Всемирная компьютерная сеть Internet развивается столь стремительно, что ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. Не остается в стороне от этого бума и туристический бизнес.

Автоматизация и широкое применение электронной техники становятся одной из актуальнейших задач в отрасли туризма. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, внедрение новейшей технологии в сферу туризма, информация о наличии и доступности тех или иных видов поездок, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов - весь комплекс этих вопросов с учетом развития интеграционных процессов ставится в повестку дня текущей и будущей деятельности Всемирной туристской организации.

***1. Сетевые информационные технологии, глобальная компьютерная сеть Интернет***

Сетевые информационные технологии представляют собой актуальное и перспективное направление развития информационных технологий.

Их цель - не только обеспечение обмена информацией между отдельными пользователями информационно-вычислительных систем, но также и создание для них возможности кооперативного использования распределенных информационных ресурсов общества, получения справочной, документальной и другой информации из различного рода специализированных информационных фондов.

В последнее время центральной темой публикаций не только компьютерной прессы, но и массовых изданий, стала сеть Internet, приковав к себе внимание специалистов по информационным технологиям, бизнесменов, рядовых пользователей и всего цивилизованного мира.

Датой рождения глобальной компьютерной сети Internet принято считать 1983 год. Настоящий бум Internet пришелся на начало 90-х годов, когда появились специальные навигационные программы типа Mosaic, позволяющие владельцам обыкновенных компьютеров бродить по сети с помощью только одной «мыши». На самом деле Internet - это не одна компьютерная сеть, а десятки тысяч локальных и глобальных национальных сетей, соединенных между собой. Internet не является частной компанией и даже не имеет своего президента. Направления развития Internet определяет Internet Society, организация во главе с Советом старейшин, состоящая из специалистов, работающих на общественных началах.

В настоящее время у Internet свыше 40 миллионов подписчиков в более чем 100 странах мира на всех семи континентах. О популярности Internet говорит хотя бы тот факт, что число подписчиков сети удваивается каждые 10 месяцев. Обмен информацией через сеть ежегодно возрастает почти в 10 раз. Каждую секунду по сети передается свыше 4000 электронных сообщений.

Все информационные технологии Internet можно условно разделить на системы информационного обеспечения и системы информационного обмена.

Стремительный рост числа пользователей сети начался после появления нового сервиса - WWW (World Wide Web) - распределенной гипертекстовой системы для доступа к различной информации, расположенной по всему миру.

Всемирная компьютерная сеть Internet развивается столь стремительно, что ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. Не остается в стороне от этого бума и туристический бизнес. Только в 1996 году в Internet появились тысячи самостоятельных разделов турагентств, гостиниц, авиакомпаний, десятки систем бронирования туристических услуг. Турагентствам не стоит игнорировать Internet в своей работе. Тем более Internet нельзя рассматривать только как конкурента в бизнесе, сеть может оказать неоценимую информационную помощь и добавить к традиционным новый канал реализации туристических услуг - электронный.

***2. Информация - связующие звено туристкой отрасли***

Международный и внутренний туризм представляет собой мощную отрасль по торговле услугами.

Основу туристической индустрии составляют фирмы туроператоры и турагенты, занимающиеся туристическими поездками, продажей их в виде путевок и туров; предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов (гостиницы, кемпинги и др.), их передвижению по стране, а также органы управления, информации, рекламы по исследованию туризма и подготовке для него кадров, предприятия по производству и продаже товаров туристского спроса. На туризм работают и другие отрасли, для которых обслуживание туристов не является основным видом деятельности (предприятия культуры, торговли и др.).

Туризм - информационно насыщенная деятельность. Существует немного других отраслей, в которых сбор, обработка, применение и передача информации были бы настолько же важны для ежедневного функционирования, как в туристической индустрии. Услуга в туризме не может быть выставлена и рассмотрена в пункте продажи, как потребительские или производственные товары. Ее обычно покупают заранее и вдали от места потребления. Таким образом, туризм на рынке почти полностью зависит от изображений, описаний, средств коммуникаций и передачи информации.

Устройство туристической отрасли очень похоже на организацию любой другой экономической сферы деятельности.

Турагент - физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров. Туроператор - туристская организация, занимающаяся комплектацией туров.

Однако выделяется одна особенность - связующим центром, удерживающим различных производителей в рамках туристической отрасли, является информация. Именно информационные потоки, а не товары обеспечивают связи между производителями туристических услуг; они идут не только в виде потоков данных, но выступают также в форме услуг и платежей.

Услуги, например, ночевка в гостинице, аренда автомобиля, комплексные туры и места в самолетах, не пересылаются турагентам, которые, в свою очередь, не хранят их до тех пор, пока не продадут потребителям. Передается и используется информация о наличии, стоимости и качествах этих услуг. Точно так же реальные платежи не переводятся от турагентов турпоставщикам, а комиссионные[[1]](#footnote-1) - от турпоставщиков турагентам. На самом деле переводится информация о платежах и поступлениях.

Можно выделить три характерные черты туризма. Во-первых, это - разнообразная и интегрированная торговля услугами. Во-вторых, это - комплексная услуга, как с точки зрения производителя, так и потребителя.

Наконец, это - информационно насыщенная услуга. Поэтому туризм - как международный, так и внутренний, - сфера растущего применения информационных технологий.

Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т.д. При этом необходимо отметить, что эта система технологий развертывается не турагентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Более того, использование каждым сегментом туризма системы информационных технологий имеет значение для всех остальных частей.

Например, системы внутреннего управления гостиницей могут быть связаны с компьютерными глобальными сетями, которые обеспечивают, в свою очередь, основу для связи с гостиничными системами резервирования, которые, уже в обратном направлении, могут быть доступны турагентам через их компьютеры. Следовательно, мы имеем дело с интегрированной системой информационных технологий, которая распространяется в туризме. Из вышеизложенного становится ясно, что в туристической индустрии распространяются не компьютеры, не телефоны, не видеотерминалы сами по себе - здесь функционирует система взаимосвязанных компьютерных и коммуникационных технологий.

Кроме того, отдельные компоненты туристической отрасли тесно взаимосвязаны друг с другом - ведь многие тур производители вертикально или горизонтально вовлечены в деятельность друг друга. Все это позволяет рассматривать туризм как высоко интегрированную услугу, что делает его еще более восприимчивым для применения информационных технологий в организации и управлении.

Поставщиками туристических услуг используется ряд коммуникационных технологий, способных обеспечить прямое спутниковое освещение международных событий, ведение бизнеса посредством телеконференций с подвижных средств сообщения (например, возможность сделать звонок в любую часть мира с борта самолета). Для получения информации о месте пребывания, его привлекательных особенностях также необходимы различные видеосредства. В результате применения ИТ возрастают безопасность и качество туристических услуг, а отнюдь не происходит изменение их явного человеческого содержания.

Информационные технологии обеспечивают деятельность авиакомпаний. В процессе организации, управления и контроля авиаопераций огромную роль играют электронные системы, помогающие при планировании маршрутов и расписания, контроле и анализе прохождения полетов, управлении персоналом, бухгалтерском учете и перспективном планировании. Они включают, например, Систему передачи и направления сообщений, Спутниковую систему сбора и передачи информации для воздушного транспорта, Инерционные навигационные системы. Систему контроля за воздушными перевозками. Микроволновые системы посадки, Систему продажи авиационных билетов (в России широко применяется "Сирена-м").

Обеспечение высокого уровня обслуживания в гостинице в современных условиях невозможно достичь без применения новых технологий.

Новая технология предусматривает автоматизацию многих гостиничных процессов, электронное резервирование, введение технологий, способствующих улучшению качества обслуживания одновременно при сокращении персонала. Автоматизированные системы направлены на повышение производительности труда, поднятие уровня знаний у высших управленческих работников. Становится все более обычным совмещение профессий, что влечет за собой растущую потребность в более фундаментальной подготовке персонала, в обучении их нескольким профессиям.

Компьютеры широко используют в центральных информационно-вычислительных центрах гостиниц. С их помощью происходит управление резервированием, учет посетителей распределение комнат, учет инвентаря и контроль над поставками питания.

***3. Информационные компьютерные технологии в управлении туристскими организациями***

В современных условиях информатизации и компьютеризации быстрое развитие туристского бизнеса требует нового подхода к обработке информации и процессу принятия решений. Деятельность организационных систем в туристском бизнесе, сопровождающаяся процессом генерации большого объема информации и требующая оперативной обработки для принятия решений, может осложняться рядом факторов, таких как передача неполной, неточной или ошибочной информации, непостоянство характеристик и условий функционирования самих систем, наличие человеческого фактора, т.е. участие людей, обладающих свободой действия.

Анализ существующего программного обеспечения для туристских предприятий показывает, что подавляющая масса программ предоставляет возможность для ввода, редактирования и хранения информации о турах, гостиницах, клиентах, расписании транспортных средств и поступлении заявок. Все они без исключения дают возможность печатания множества различных документов – от анкет, ваучеров и списков туристов до описания гостиниц, туров и т.д. Большинство программных продуктов позволяют контролировать оплату туров, печатать платежные документы, вести учет мест в гостинце и на транспорте. Одной из важных функций подобных программ является также автоматический расчет стоимости туров с учетом индивидуальных и групповых скидок, комиссионных, курсов валют и других факторов.

Что же касается такого важного направления в использовании современных компьютерных технологий, как анализ деятельности фирмы, помощь в принятии решений, то следует отметить, что системы такого рода еще не нашли должного применения, хотя их создание является, безусловно, актуальным.

Применение компьютерной технологии в туристском процессе улучшает управляемость (ускоряются циклы управления), обеспечивает рост интеллектуальных возможностей всей системы управления, улучшает качество управления за счет системы использования банков данных, экспертных систем и прогноза принимаемых решений.

Основным направлением деятельности туристской организации является процесс разработки и продвижения туристского продукта на рынок. Процесс разработки нового туристского продукта является наиболее ответственным, по-этому именно этот этап нуждается в создании программного продукта, обеспечивающего информационную поддержку процесса принятия решения. Для принятия решения наиболее важным является: во-первых, быстрота процесса принятия решения; вовторых, обоснованность выбора маршрута, транспортных средств, места проживания и т.д., для чего необходимо создание модели, позволяющей варьировать возможные варианты маршрутов, просчитывать наиболее выгодные; осуществлять ценовую проработку; прогнозировать спрос и популярность новых туров; проводить модельный эксперимент, имитирующий «экспериментальный заезд».

Успешное функционирование фирмы на рынке туристского бизнеса практически немыслимо без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туруслуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.). Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например, глобальные компьютерные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, **Smart Cards[[2]](#footnote-2)**, информационные системы менеджмента и др.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего, это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. Так, в области рекламы широкое распространение получила прямая рассылка туристской информации по электронной почте (direct-mail). В последние годы большинство туристских предприятий создают свои собственные сайты в Интернете.

На Западе уже сейчас наблюдается электронное наступление на традиционный туристский бизнес. В частности, на туристский рынок начинает активно проникать и внедряться электронная коммерция. Уже существуют электронные туристские офисы, например турбюро «Экспедиа» фирмы Microsoft[[3]](#footnote-3), позволяющие любому владельцу кредитной карты приобрести тур, забронировать место на самолет или в отеле, приобрести билеты на зрелищные мероприятия и заказать напрокат автомобиль в любой точке земного шара. По оценкам немецких экспертов, около 25% всех продаж турпродукта может в ближайшем будущем реализовываться через электронную коммерцию. Компьютерные системы резервирования CRS (Computer Reservation System), появившиеся в середине 60-х гг. XX в., позволили ускорить процесс резервирования авиабилетов и осуществить его в режиме реального времени. В результате этого повысилось качество сервисных услуг за счет уменьшения времени обслуживания клиентов, увеличения объемов и разнообразия предлагаемых услуг и т.д., а также появились возможности обеспечения оптимизации загрузки авиалайнеров, реализации стратегии гибкого ценообразования, применения новых управленческих методов и т.д. Высокая надежность и удобство этих систем резервирования способствовали их быстрому и широкому распространению. На российском рынке представлены в основном такие системы глобального резервирования, как Amadeus, Galileo, Worldspan. Компьютерная система бронирования Amadeus функционирует на российском рынке с 1993 г., и на данный момент в России насчитывается более 600 турфирм – пользователей системы.

В настоящее время формирование турпродукта предусматривает использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System), обеспечивающих быстрое и удобное бронирование билетов на транспорте, резервирование мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т.д.

В России существует ряд отечественных систем бронирования, которые используются в туристском бизнесе: система бронирования «Сирена», системный комплекс «Алеан», система бронирования турпакетов «МегаТИС», система заказов тура ВАО «Интурист», система бронирования фирмы «Натали-Турс», система резервирования «Кипарис» и т.д.

Система Alean - проект, появившийся в русском Internet, используя глобальную компьютерную сеть, объединил турагентов, туроператоров, а также объекты размещения в единую технологическую сеть, что позволяет напрямую бронировать места в предприятиях размещения различных регионов: Крым, Краснодарский край, Подмосковье, средняя полоса России. Система оснащена удобной информационной поисковой системой, позволяющей ответить практически на любой вопрос клиента за несколько секунд.

Одним из основных направлений применения информационных технологий в туризме является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников и каталогов. В настоящее время туристские справочники и каталоги выпускаются в книжном исполнении, на видеокассетах, на лазерных дисках CD-ROM, в сети Интернет. Электронные каталоги позволяют виртуально путешествовать по предлагаемым маршрутам, посмотреть эти маршруты в активном режиме, получить информацию о стране, объектах по трассе маршрута, данные о гостиницах и других средствах размещения, ознакомиться с системой льгот и скидок, а также законодательством в сфере туризма. Кроме того, в этих каталогах обычно приводятся информация о правилах оформления туристских документов, туристские формальности, модели поведения туриста в экстремальных ситуациях и т.д. Клиент может спланировать программу тура, выбрать его по заданным оптимальным параметрам (цена, система льгот, система транспорта, сезон и др.).

В области менеджмента в туристском бизнесе произошли также кардинальные изменения. Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность информационным системам туристских агентств. Функциональные возможности этих систем должны обеспечивать ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок, предусматривать вывод информации в форме различных документов: анкет, ваучеров, списков туристов, описаний туров, гостиниц; рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, контролировать оплату туров, формирование финансовой отчетности, перевод экспорт-импорт данных в другие программные продукты (Word, Excel, бухгалтерские программы) и прочие возможности. Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), выбрав оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т.п. Заказ на разработку уникальной информационной системы автоматизации туристского офиса стоит достаточно дорого, да и в настоящее время в этом нет особой необходимости, так как существует ряд хорошо зарекомендовавших себя программных продуктов. Разработки специализированных программных продуктов для туристского бизнеса в настоящее время ведут несколько российских фирм: «Мегатек» (программа «Мастер-тур»), «Арим-Софт» (программы TurWin, «Чартер», «Овир»), «Само-Софт» (программа «Само-тур»), «Туристские технологии» (программа комплексной автоматизации «Туристский офис»), «Интур-Софт» (программа «Интур-Софт»), ANT-Group (сис-тема ANT-Group), «Рек-Софт» (комплекс «Эдельвейс», «Барсум», «Реконлайн») и др.

На рынке программных продуктов представлено несколько компьютерных систем, позволяющих автоматизировать внутреннюю деятельность туристской фирмы. Как правило, эти системы обеспечивают ведение справочных баз данных по клиентам, партнерам, гостиницам, транспорту, посольствам, а также ведение туров и учет платежей, прием заказов и работу с клиентами, формирование выходных документов и т.д. Практически все программные комплексы обеспечивают формирование бухгалтерской отчетности и часто экспорт-импорт данных в специализированные бухгалтерские программы, такие, как 1С и др.

Наряду с автоматизацией туристских фирм ведется аналогичная разработка программ автоматизации деятельности гостиниц, ресторанов и других предприятий туристского бизнеса. Применение информационных систем в этой области приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

Современные компьютерные информационные технологии способны кардинально изменять методическую, информационную и технологическую составляющие управленческих процессов и осуществлять их на качественно новом, более эффективном уровне. Однако, в настоящее время все еще существует ряд объективных факторов, оказывающих сдерживающее действие на темпы их внедрения в России, к которым можно отнести следующие: экономическую нестабильность, «пробелы» в законодательном обеспечении, недостаточность образования управленческих кадров в сфере информационных технологий, дефицит специалистов в области информации, недостаточное государственное финансирование научно-исследовательских и практических разработок, пока ещё явное отставание, по сравнению с Западом, в области развития средств вычислительной техники и связи. Наряду с перечисленными проблемами, существует еще масса других проблем, таких как: недостаточная компетентность как руководства всех уровней управления предприятием, так и рядовых работников управленческой сферы в отношении вопросов автоматизации (внедрения новых информационных систем и технологий); приверженность традиционному подходу в сфере управления. И хотя многие руководители и специалисты понимают, что время требует новых подходов к реализации большинства задач, но воплощать их на практике не торопятся. Это касается как типовых задач, так и принципиально новых задач. Еще одна проблема – анализ существующей системы управления на предприятии. Несмотря на то, что данная проблема достаточно подробно освящена в литературе и необходимость такого рода исследований уже неоднократно доказывалась отечественными и зарубежными учеными, предприятия весьма неохотно соглашаются на проведение подобной работы, причем только тогда, когда избежать ее уже нельзя. Например, осуществление таких работ является обязательным условием внедрения корпоративных систем управлении. И, как следствие, необходимость организационной перестройке предприятия, как в производственном, так и в управленческом секторе. Хотя большинство пакетов программ предусматривают настройку на существующую организационную структуру, тем не менее, нельзя утверждать, что «приспособление» пакета под нужды существующей организации является рациональным.

Как показывает жизнь, роль информационных технологий в туризме велика, ведь именно информация является объектом деятельности туристской фирмы. Учитывая возрастающую роль компьютерных технологий в туризме, создана Ассоциация содействия туристским технологиям (АСТТ), призванная объединить ведущих разработчиков и популяризаторов информационных технологий, чтобы совместными усилиями подготовить участников туррынка к внедрению и эффективному использованию современных средств ведения бизнеса по средствам:

- внедрение средств автоматизации, существенно сокращающее менее продуктивно затрачиваемое время, которое является источником самой большой неудовлетворенности интеллектуальных работников;

- привлечение будущих пользователей к выбору и созданию новых автоматизированных мест, учет их мнения;

- отказ от стремления к немедленному всеобщему одобрению новых средств и соответствующих перемещений персонала, которые могут привести к снижению уровня вспомогательных служб;

- внедрение в первую очередь легких прикладных задач с обязательным проведением интенсивного курса обучения будущих пользователей.

Постепенность внедрения предполагает реализацию первичной, базовой системы, расширение круга пользователей, увеличение числа прикладных задач, интеграцию.

Результат внедрения компьютерных информационных технологий – экономия времени специалистов. Единственный способ получения ощутимого экономического эффекта от экономии времени – переориентация этого времени на достижение конкретных целей данного подразделения, определяемых общей стратегией фирмы.

Известное изречение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» как никогда актуально для сферы туристского бизнеса, для которой характерны такие черты, как оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области.

Компьютерные информационные технологии будут стремительно эволюционировать и дальше, давая толчок в развитии науки экономических и управленческих информационных технологий и приобретая все большую значимость как важнейший инструмент научнотехнического и социальноэкономического развития общества.

***4.*** ***Компьютерные системы бронирования***

Впервые понятие «Компьютерная Система Бронирования» (КСБ) появилось в Европе и США в 60-х годах. В те годы гражданская авиация находилась на этапе активного развития. «Телефонная» технология бронирования мест туристическими агентами и «бумажная» технология управления заполняемостью рейсов авиакомпаниями перестали справляться с обслуживанием растущего пассажиропотока, что и привело к необходимости автоматизации подобного рода деятельности.

Первые КСБ были созданы отдельными авиакомпаниями и предназначались исключительно для обслуживания нужд собственных туристических агентов.

Спустя некоторое время такой подход привел к тому, что, с одной стороны, в активно работающих турагентствах было установлено несколько терминалов КСБ, принадлежащих различным авиакомпаниям, а, с другой стороны, авиакомпаниям приходилось тратить все больше и больше средств на технологическое развитие КСБ.

Логичным решением в этой ситуации стало объединение усилий авиакомпаний в разработке и продвижении КСБ на рынке. Результатом этой интеграции явилось возникновение глобальных систем резервирования (Global Distribution System - GDS).

КСБ созданы для удовлетворения потребностей турфирм и определяет свои первоочередные цели следующим образом:

- предлагать поставщикам (провайдерам) туристических услуг (авиаперевозки, прокат автомобилей, отели, туроператоры, железная дорога и др.) надежную и эффективную общемировую сеть сбыта, предоставляющую им доступ к наибольшей в мире базе клиентуры, принадлежащей турагентствам и коммерческим бюро авиакомпаний;

- предлагать абонентам (турагентствам) мощный инструмент управления и маркетинга, позволяющий им быть конкурентоспособными и прибыльными, иметь доступ, как к местным, так и международным провайдерам, обеспечивать управление деятельностью и вести финансовый учет работы фирмы;

- предлагать авиакомпаниям возможность использования системы в их коммерческих бюро таким образом, что и авиакомпании и турагентства могут работать через одну и ту же систему;

- обеспечивать глобальное обслуживание посредством технических связей и союзов с другими системами.

В настоящее время существует множество компьютерных программ, позволяющих распространять туруслуги с использованием КСБ.

КСБ поставляют турагентствам специальные пакеты, включающие эти программы и, конечно же, специальное оборудование для осуществления деятельности.

Разумеется, все операции по резервированию производятся турагентствами посредством связи с определёнными структурами, занятыми в этой сфере.

Набор оборудования и средств связи зависит от выбранного турагентством типа подключения к системе:

- подключение по выделенному каналу связи (прямой провод или некоммутируемый канал связи) - прямое подключение;

- подключение с набором телефонного номера (коммутируемый канал связи) - телефонное подключение;

- подключение через сеть Интернет.

Функции агентства при самостоятельном бронировании клиентами через Интернет заключаются в проверке корректности выполненных броней, оптимизации выбранных маршрутов, выписке и доставке авиабилетов.

Итак, каждая КСБ создаёт свои собственные компьютерные программы, которые выполняют следующие функции:

1) Позволяют проводить поиск оптимальных ценовых вариантов туруслуги;

2) Позволяют работать по различным тарифам[[4]](#footnote-4), в том числе, по конфиденциальным;

3) Позволяют турагентству автоматически распечатывать на матричном принтере билеты, предназначенные для ручной выписки, используя данные о бронировании;

4) Позволяют турагентствам использовать программу автоматического составления отчетов;

5) Позволяют вести различные виды статистики;

6) Предоставляют доступ к обширной справочной системе оперативной информации;

7) Позволяют контролировать все операции по взаиморасчетам с клиентами и поставщиками;

8) Позволяют создавать на сайте турагентства систему бронирования тур-услуг для корпоративных и частных клиентов. Таким образом, посетитель сайта получает возможность самостоятельного выбора авиарейсов и отелей и их последующего бронирования.

***Примеры систем бронирования:***

1. AMADEUS

Amadeus - одна из самых больших туристских распределительных систем. Более 36 миллионов путешественников неявно используют Amadeus каждый день и около 11 тысяч турагентов предоставляют им сервис, охватывающий взаимодействие с авиакомпаниями, железнодорожными и паромными перевозками, прокатом автомобилей, отелями (резервирование и бронирование), а также дополнительные услуги, например, страхование туристов.

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.

Сеть Amadeus рассчитана на более чем 50 систем различных операторов (функций); к ней постоянно подключены более 22 тысяч терминалов. Она включает частные каналы связи, спутниковую связь, большие вычислительные системы и мультиплексорные каналы, связывающие 81000 CRS-терминалов в Европе и примерно столько же - в странах Латинской Америки.

Несмотря на свое величие Amadeus уделяет внимание небольшим и средним агентствам. Имеется система "глобальных терминалов", включенная в сеть, посредством которой они могут осуществлять и административные функции. К информации, проходящей через сеть, не представляется никаких специфических требований.

В связи с этим Amadeus создал свою систему, основываясь на возможности осуществить связь с кем бы то ни было, вне зависимости от технических возможностей потребителя. Речь идет о двух различных типах доступа:

По запросу фирмы Amadeus сможет перейти к следующему уровню связи. Для гостиничной сети стоимость бронирования составит от 2 до 2,5 ЭКЮ в зависимости от типа доступа. Всего в системе фигурируют 120 крупнейших гостиничных фирм и почти 20 тысяч единиц (отдельных гостиниц). Кроме того, Amadeus подсоединен к фирмам "Thisko" и "Wicom", специализирующимся на гостиничных услугах, что позволяет быстро взаимодействовать на рынке.

Amadeus предлагает обширный спектр интегрированных в основную систему программных средств. Основной банк данных представляет собой информацию по бронированию гостиниц, авиабилетов и прокату автомобилей.

Существуют различные продукты компании Amadeus: Amadeus Air, Amadeus Cars, Amadeus Hotels, Amadeus Fares.

Amadeus Hotels предлагает наличие номеров по их типу, расценки, начиная с наиболее низких, и другую информацию, а также гарантирует подтвержденное бронирование, цену.

Возможен экономичный способ подключения к системе Amadeus – через Интернет. Для загрузки необходимо просто зайти на сайт www.amadeus.ru и зарегистрироваться.

Количество сегментов, забронированных в течение 2000 года через терминалы, подключенные к этой системе на территории России и Беларуси, превысило 1 миллион! Количество терминалов, подключенных к системе в России и Беларуси, превысило 1 000.

Также в 2000 году разработан интерфейс, позволяющий туристским агентствам, использующим терминалы системы Амадэус, оформлять и печатать страховые полисы на бланках ОСАО «Ингосстрах» с автоматическим расчетом суммы страховой премии в долларах и рублях в соответствии с действующими тарифами.

2. GALILEO

Компания GALILEO International была основана в 1993 году ведущими авиакомпаниями.

Компания располагает двумя системами бронирования: Apollo используется в Канаде, США, Мексике, Японии и в странах Карибского бассейна; система GALILEO – во всех остальных регионах. На базе этих двух систем осуществляется 1/3 всех электронных бронирований в мире.

В системе GALILEO представлены более 700 авиакомпаний, свыше 48 000 отелей, 45 компаний по аренде автомобилей, 36 туроператорских и 8 круизных групп.

На сегодняшний день самая современная технологическая разработка компании GALILEO в области бронирования – графический интерфейс Viewpoint.

Ни одна другая система не может предложить такое сочетание комплексности и легкости. Viewpoint преднозначенная для професионалов система, которая позволяет забронировать авиабилеты, места в гостинице, взять на прокат автомобиль. Эта система работает без кодов доступа, поэтому она легка в управлении. Здесь содержится информация свыше 500 авиакомпаний и 39 000 гостиниц.

Также программа предоставляет возможность работы с картами городов, планами аэропортов, выписки авиабилетов, ведение отчетности и печати финсавых документов по оказанию услуг.

Программы FocalpointNet и Travelpoint.com обеспечивают прямую связь с GALILEO через Интернет. Используя эти программы появляется реальная возможность приобрести новых клиентов, с минимальными затратами.

Весь спектр программных продуктов Galileo International по автоматизации работы агентства, разнообразные решения на базе Интернет технологий для турагентств, включая организацию круглосуточного сервиса для клиентов и создание собственных механизмов для on-line бронирований с помощью Edifact Select и XML Select.

3. WORLDSPAN

WORLDSPAN - одна из ведущих в области технологий фирма в мире, которая постоянно предлагает новые разработки в сфере информационных услуг, способные удовлетворить требованиям любых туристических агентств. Независимо от того, идет ли речь о самом крупном, многоплановом или о самом маленьком туристическом агентстве, WORLDSPAN, обладая полным спектром услуг, сможет предложить вариант, отвечающий индивидуальным потребностям клиента. Ее высокие технологические возможности выводят турбизнес на уровень мировой конкурентоспособности.

WORLDSPAN - истинно глобальная система, предоставляющая доступ к более, чем 300 авиакомпаниям, 22000 гостиницам и 42 основным фирмам автопроката. Поддержка, которую оболочка системы оказывает клиентам, включает телефонную службу технологической помощи и учебные центры по всей Европе и Америке, по Ближнему Востоку и Африке. Благодаря своему сотрудничеству с ABACUS сфера деятельности компании распространяется также на Австралию и Дальний Восток.

Система Worldspan, как и всякая глобальная система резервирования, позволяет выполнять три основные функции: бронировать авиабилеты, места в гостиницах и арендовать автомобили.

Сейчас основные усилия компании сводятся к продажам гостиниц, авиабилетов и туров через Интернет. В том числе в режиме реального времени. За право доступа в систему через Интернет агенты платят около 240$ в год. И при этом у них нет ограничений по объему обязательных продаж, невыполнение которых грозит штрафами. Так что, такой вариант работы наиболее приемлем.

Представительство и учебный центр Worldspan открылись в Москве летом 1994 года. За прошедшее время в Москве было установлено более 20 терминалов. Среди пользователей системы - агентства ITS, Риги, Нита Трэвел, ЛюксМТур и другие.

4. АЛЕАН

Системный комплекс Алеан – компьютерная система бронирования нового поколения, построенная на новейших технологиях Интернет, позволяющая в любое время дня и ночи получать самую точную информацию о свободных местах в гостиницах и санаториях. Она очень полезна как для турагенств, т.к. здесь содержится информация с фотографиями около 900 объектов размещения, так и для самих объектов размещения, т.е. гостиниц, пансионатов, турбаз и т.п. Так как подключение к ней сразу расширит агентскую сеть и повысит продажи, минуя телефонную и бумажную волокиту. Кроме того, это прекрасный инструмент мониторинга рынка, возможность менять во время цены, увеличивать или уменьшать количество выставляемых номеров на продажу.

Системный комплекс Алеан состоит из информационно-поисковой системы и системы бронирования и продаж. Информационно-поисковая система – это подробное иллюстрированное описание стран, регионов и свыше 600 объектов размещения. Система бронирования и продаж – это инструмент управления деятельность предприятия, ведение финансового учета, полная автоматизация процесса купли-продажи, сопряжение с любыми корпоративными системами управления.

Алеан объединяет в единое целое клиентов, туроператоров, турагентов, объекты размещения и др. поставщиков услуг (авиа и ж/д билеты, трансферты, экскурсии и т.д.).

Системный комплекс Алеан предлагает объектам размещения:

· готовую сеть сбыта из турагентств и туроператоров в 26 городах России;

· расширение рынка реализации услуг и развитие агентской сети;

· отсутствие необходимости квотирования мест или услуг между партнерами;

· управление процессом продаж со своими постоянными партнерами;

· контроль за динамикой реализации и бронированием мест;

· возможность оперативных изменений предоставляемых услуг (тарифов, инфраструктуры и т.д.);

· бронирование и продажа дополнительных услуг;

· расширенная рекламная компания и бесплатное участие в различных выставках.

Существует две формы сотрудничества с компанией Алеан. Первая, подразумевает размещение информации о гостинице в рекламно-информационном каталоге, расположенном на сервере в разделе "Справочник". Внесение объекта в каталог – бесплатное. Вторая, внесение гостиницы в Глобальную компьютерную систему бронирования и продаж. Для этого необходимо заключить договор на комиссию и предоставить информацию о самой гостинице, ценах и фотографии. Внесение объекта с систему бронирования – бесплатно.

5. СИРЕНА

Компьютерная система бронирования "Сирена" была создана для автоматизации бронирования и продаж авиаперевозок, осуществляемых внутри территории бывшего СССР. Вследствие слабого развития компьютерной техники отечественного производства и имевшихся в то время ограничений на поставки мощной вычислительной техники из-за рубежа КСБ "Сирена" стала развиваться по централизованному принципу – вместо создания единого высокопроизводительного вычислительного центра, было создано множество более мелких центров, а ресурс авиаперевозчиков был распределен между центрами.

Отсутствие централизованного управления в Сирене приводит к сильным расхождениям в оценке количества пользователей системы, которое по различным данным колеблется от 7 до 16 тысяч агентств по всей территории бывшего СССР. Терминалы Сирены также установлены в 22 странах дальнего зарубежья. В целом за 1999 год через эту систему было продано около 19 миллионов авиабилетов.

Теперь для продажи в Сирене доступны не только авиаперевозки, но и гостиничные услуги. Это стало возможным благодаря созданию отдельного центра обработки информации, специально ориентированного на гостиничные услуги. Центр бронирования гостиничных услуг, наравне с центрами бронирования авиаперевозок, доступен любому агенту, имеющему терминал Сирены. Эта система резервирования гостиничных услуг полностью соответствует самым современным требованиям российского туристского рынка.

Начало продаж в Сирене открывает дополнительные перспективы как для турагенств, использующих Сирену, так и для отелей. Предложение клиенту, приобретающему авиабилет, еще и размещение в гостинице является стандартом работы западного туристического агентства. Такими функциями обладают все глобальные системы бронирования туруслуг (Amadeus, Galileo, Worldspan).

Начало продаж гостиничных услуг в Сирене для гостиниц означает прорыв на новый рынок, емкость которого поистине огромна. Даже если предположить, что всего 1% от общего числа авиапассажиров воспользуется гостиничными услугами, то это будет означать получение дополнительных 190 тысяч бронирований в год.

Интересы гостиниц представляют организации - провайдеры. Они заключают договор с гостиницей и размещают в КСБ информацию о ее месторасположении, о предоставляемых ею номерах, услугах, тарифах и т.п. В России имеется несколько гостиничных провайдеров, обеспечивающих бронирование номеров в гостиницах Москвы и других крупных городов через зарубежные КСБ.

В конце 2000 года корпорации МТК «Сирена» и «Амадеус» завершили серию переговоров и подписали договор о сотрудничестве. В результате инвенторная система «Сирена – 3» получила дистрибьютерную функцию, а это означает, что авиакомпании и гостиницы, размещающие ресурсы в системе «Сирена» получат возможность продавать их в глобальной системе продаж, к которой на сегодняшний день подключено 130 000 терминалов в более чем 132 странах мира и около 1000 терминалов в России. Таким образом, авиакомпании и гостиницы получат систему управления ресурсами и распределения мирового класса.

***Заключение***

Эксперты считают, что мировой финансовый кризис будет только способствовать развитию Интернет-услуг. Сетевых туроператоров, работающих в онлайновом режиме, ждут рекордные прибыли.

Туроператоры, работающие в Сети, могут рассчитывать на быстрый рост своих прибылей уже в этом году. Как ни странно, этот прогноз напрямую связан с накрывающим мир экономическим кризисом. По данным специалистов, путешественники начнут пользоваться услугами Интернета гораздо активней, чем раньше.

В частности, туристы все охотнее будут бронировать места и билеты через Интернет. Причиной такого “бума электронного бронирования” станет именно желание сэкономить средства в тяжелый экономический период.

Как выяснили ученые из eDigitalResearch, 53% респондентов не собираются пренебрегать путешествием во время отпуска даже сейчас. А 57% готовы искать наиболее выгодный для себя вариант именно на сайтах интернет-операторов.

По мнению опрошенных, там удобнее и быстрее всего можно найти информацию о “горящих” путевках, скидках или специальных предложениях для туристов. Так что онлайн-агентствам остается только следить за тем, чтобы содержание их веб-сайтов обновлялось регулярно, а сведения были достоверными.

Около половины опрошенных (47%) заявили, что намерены свести свои расходы к минимуму во время путешествий. А это значит, что клиенты будут стремиться забронировать место на круизном лайнере или комнату в отеле напрямую, не прибегая к помощи посредников. Или выбирая тех, кто предложит наименьшую цену.

И в том, и в другом случае им придется обратиться к электронным туристическим сервисам. Благодаря тому, что стоимость туров у онлайн-операторов часто гораздо ниже, чем в обычных агентствах, люди начнут пользоваться их услугами не только для того, чтобы получить основные сведения о том или ином направлении, но и чтобы сделать заказ.

***Список литературы:***

* 1. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. – М.: "Издательство ПРИОР", 1999.
  2. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. – М.:Нолидж-1996.
  3. <http://www.5ka.ru/85/28751/1.html>
  4. <http://www.turbooks.ru/stati/tekhnika-tekhnologija-v-turizme/246-internet-nezamenimyjj-instrument-v.html>
  5. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
  6. <http://www.vseslova.ru/index.php?dictionary=law&word=komissionnie>
  7. <http://warezokk.ru/books/22747-internet-tehnologii-v-turizme.html>
  8. <http://tourfaq.net/travel-business/comp-travel-business/>
  9. <http://www.anti-malware.ru/smart_cards>
  10. <http://otherreferats./programming/00029535_0.html>
  11. <http://www.travel.ru/news/2007/09/03/113339.html>
  12. <http://www.mrcpk.tsure.ru/docs/liter/turism/turism8/Untitled/page037.html>

Размещено на /

1. Комиссионные - компенсационная плата клиента посреднику за совершение операций по его поручению и оказание услуг. [↑](#footnote-ref-1)
2. Смарт-карты - (от англ. Smart card) представляют собой пластиковые карты со встроенной микросхемой. Смарт-карты находят всё более широкое применение в различных областях, от систем накопительных скидок до кредитных и дебетовых карт, студенческих билетов, телефонов стандарта GSM и проездных билетов. [↑](#footnote-ref-2)
3. Майкрософт – (от англ. Microsoft) одна из крупнейших [транснациональных компаний](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BD%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F) по производству [программного обеспечения](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5) для различного рода вычислительной техники. [↑](#footnote-ref-3)
4. **Тариф** — система ставок платы (платёж) за различные производственные и непроизводственные услуги, предоставляемые компаниям, организациям, фирмам и учреждениям. [↑](#footnote-ref-4)