Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса 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 туристских услуг (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.

В настоящее время техническое оснащение — одна из главных потребностей современного бизнеса. Сегодня невозможно представить себе турфирму без наличия в ней компьютерной техники, принтеров, факсов, копиров, нескольких телефонных линий, офисной АТС, а также выделенного интернет-канала и, как следствие, наличия локальной компьютерной и телефонной сети, организации общего доступа к ресурсам Интернета.

Многообразие применяемых в туризме информационных технологий приведено на рис. 7.

Системы информационных технологий в туризме

Требования специалистов туристской компании к программному продукту можно сгруппировать по следующему набору задач:

• помощь в создании 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, авиарейсах, 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: договора, счета, ваучера, листа бронирования, приходного и расходного кассовых ордеров и др.;
• взаимосвязь выбранной системы автоматизации с другими разработками, использующимися на рынке туристских услуг: поисковыми системами, бухгалтерскими программами и т.д.;
• объединение удаленных офисов в сеть посредством единой базы данных, а также осуществление непосредственной связи с партнерами.
Программные продукты делятся функционально следующим образом:

• программные комплексы для автоматизации офисной деятельности компаний-туроператоров;
• программные комплексы для автоматизации туристских агентств;
• программные комплексы для автоматизации деятельности компаний-туроператоров, обслуживающих туристов на приеме;
• модуль онлайн-бронирования для быстрого поиска и бронирования туров на сайте туроператора.
Каждый из программных комплексов помогает предприятию решать вопросы, связанные со спецификой конкретной деятельности, но они не представляют собой замкнутую систему. 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.

Использование специализированного программного продукта — это и постоянный контроль за текущим состоянием компании на всех этапах работы, что так необходимо современному руководителю. Ярко выраженной тенденцией на рынке туристских услуг является создание мощных агентских сетей, объединяющих под общей торговой маркой и маркетинговой политикой работу десятков офисов в различных городах России. Необходимым решением, упрощающим и делающим прозрачной работу всей сети в целом, является использование специальных версий агентского программного обеспечения для сетевых агентств. Все более востребованным становится такой необходимый в работе сетевого турагентства программный продукт, который бы сумел связать любое количество удаленных офисов (рис. 8).

Схема взаимодействия сетевых турагентств с центральным офисом
Рис. 8. Схема взаимодействия сетевых турагентств с центральным офисом

В этом случае база данных сетевого агентства хранится в центральном офисе, а компьютеры в удаленных офисах выступают в качестве «клиентов». Эта схема уже внедрена несколькими десятками успешно работающих сетевых агентств России.

Значительным этапом в осуществлении процесса взаимодействия программных продуктов, специализирующихся на автоматизации туристской отрасли, является разработка единого информационного сервера. Он позволяет аккумулировать предложения туроператоров, использующих в своей работе специализированное ПО, и размещать их на специальном сайте для быстрого поиска и бронирования. С появлением подобного сервиса поиск и бронирование тура — основные операции в осуществлении взаимодействия туристского агентства и туроператора — стали более быстрыми, максимально точными, комфортными для персонала турфирм. Вся информация о забронированных предложениях в режиме онлайн сохраняется при этом в базе данных как агентства, так и туроператора. Таким образом, туристские программные продукты, помимо своей первоначальной цели — автоматизировать и структурировать внутриофисную работу турфирмы, приобретают принципиально новую функцию.

Под системой онлайн-бронирования подразумевается непосредственное «общение» турагентской программы с актуальной базой данных туроператорского модуля посредством Интернета (рис. 9). Этот процесс исключает промежуточные звенья в диалоге «турагентство — туроператор», тем самым позволяя избежать тех явных недостатков, которые присущи современным информационно-поисковым системам: частая неактуальность размещенной информации; невозможность отследить стоп-сейлы; длительное ожидание подтверждения заявки туроператором; наконец, человеческий фактор.

Система онлайн-бронирования с использованием единого информационного сервера

Все разработки, указанные в схеме взаимодействия, — это готовые программные продукты. После установки программы начинается непосредственная работа. Разработчики постарались взять на себя решение лишь тех вопросов, которые касаются оперативной деятельности каждого из сотрудников турфирмы — от руководителя до продающего менеджера. И все же они значительно расширили возможности своих продуктов, чтобы пользователи, привыкшие к уже имеющимся на рынке информационных технологий услугам, не испытывали дискомфорта. Так, осуществлена и успешно функционирует интеграция с другими системами автоматизации, в частности широко распространенными системами бухгалтерского учета. С точки зрения управления сфера туризма представляет собой сложную систему, в которой передаются и перерабатываются большие потоки информации. Повышение качественного уровня управления можно обеспечить только при использовании современных информационных технологий управления. Поэтому на предприятиях сферы социально-культурного сервиса и туризма широкое применение находят специализированные информационные системы, обеспечивающие сбор, передачу, обработку актуальной информации, необходимой для принятия управленческих решений (рис. 10).

Для автоматизации турфирм используются программные продукты фирм Microsoft — Microsoft Windows, Microsoft Office. Это семейство программных продуктов Microsoft, которое объединяет самые популярные в мире приложения в единую среду, идеальную для работы с самой различной информацией: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Access. Особенностями Microsoft Office являются интегрированное семейство мощных интеллектуальных приложений, которые обеспечивают максимальную производительность работы и быстрое получение хороших результатов; средство для эффективной организации повседневной работы, имеющее встроенную электронную почту, список контактов, расписание встреч, событий; многогранный инструмент для коллективной работы с документами и анализа информации;

мощная база для удобного построения оригинальных решений, ориентированных на потребности конкретного предприятия.

Информационные системы менеджмента в туризме

С помощью стандартного программного обеспечения (MS Word, Excel, Outlook) можно вести:

• учет постоянных клиентов;
• учет заявок;
• контроль оплаты;
• печать набора документов для клиента;
• рассылку поздравлений, предложений, отсылку запросов на бронирование.
В небольших турфирмах, имеющих малочисленный персонал, организационная структура существенно упрощена. Как правило, в таких фирмах не существует жесткого разграничения обязанностей сотрудников. Одни и те же люди принимают клиентов, посылают факсы, ведут многочисленные переговоры по телефону. При этом значительная масса времени уходит на «бумажную работу» и обработку информации. В условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг таким небольшим фирмам приходится нелегко. Основной проблемой для них является поиск преимуществ с целью выживания в условиях конкуренции с гигантами турбизнеса. С другой стороны, российские туристы становятся все более разборчивыми и требовательными к качеству сервиса. Способ выживания малых турфирм в современных условиях и способ повышения прибыльности бизнеса — это ставка именно на современные компьютерные технологии: полная автоматизация процесса оформления заказов; установка жесткого внутреннего распорядка работы с документами. Средствами достижения подобных целей являются прямые каналы связей с зарубежными партнерами; компьютерные системы бронирования туров, что позволяет избегать ошибок или неточностей в оформлении заказов туристов; система электронной почты; Интернет; введение системы типовых документов и единой базы данных.

Множество программных продуктов можно условно разделить на туроператорские, турагентские, универсальные (рассчитанные как на агентов, туроператоров, так и на продавцов билетов).

Информационные системы туроперейтинга приобретают все большую популярность, поскольку в настоящий момент решающим доводом в конкурентной борьбе становятся капитал и информационные технологии. Универсальные программы в скором времени будут более распространены, поскольку предусматривают возможность предоставления различных услуг. Немаловажным является возможность самостоятельного моделирования и доработки операционной системы, что способствует индивидуализации турфирмы.

На сегодняшний день предложений от разработчиков много. Задача руководства турфирмы — сделать выбор в зависимости от специфики деятельности компании.

Программа-минимум для специализированного программного обеспечения турфирмы:

• режим оформления клиентов. Агент должен быстро занести в базу заявку любой сложности, ненавязчиво предлагая выбрать элементы заявки из уже существующих в базе, или в случае новых элементов автоматически заносить их в базу, т.е. система ввода заявок должна быть самообучающейся. Сегодняшнее агентство часто сталкивается с нестандартными турами, когда клиенты живут в течение тура в разных гостиницах, разное количество ночей, с разными датами прибытия-убытия. Если программное обеспечение не будет учитывать таких нюансов, нет смысла его внедрять;
• возможность печати всех основных документов — заявки туроператору, турпутевки, счета, приходного и расходного ордеров, ваучера;
• учет всех нужных клиентов в базе постоянных клиентов с возможностью статистической обработки собранных данных;
• контроль оплат. ПО должно с легкостью давать ответ на вопросы, оплачена ли путевка клиентом, оплатили ли туроператору купленный у него тур;
• протоколирование работы каждого менеджера для объективной оценки труда каждого сотрудника;
• статистика (какая реклама; какие страны и какие гостиницы, в какое время сезона предпочитает клиент; какую прибыль (или убыток) принесло конкретное направление и/или конкретный менеджер).
К функциям программы-максимум следует относить все, что прямо или косвенно связано с доступом к базам данных туроператоров и различных туристских серверов.