Internet и индустрия международного туризма
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.

Информационная технология - это представленное в проектной форме (т. е. в формализованном виде пригодном для практического использования) концентрированное выражение научных знаний, сведений и практического опыта, позволяющее рациональным образом организовать тот или иной достаточно часто повторяющийся информационный процесс.

В дополнение ставшим уже традиционными средствам связи (телефон, телеграф радио и телевидение) в социальной сфере все более широко используются системы электронных телекоммуникаций, электронная почта, факсимильная передача информации и другие виды связи.

Очередной революционный этап информатизации общества связан с необыкновенным ростом использования глобальных компьютерных сетей. Internet – всемирная компьютерная сеть, объединяющая миллионы компьютеров в единую информационную систему. Интернет предоставляет широчайшие возможности свободного получения и распространения научной, деловой, познавательной и развлекательной информации. 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.

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.

Структура продвижения туристского продукта.
Туроператор — туристская организация, занимающаяся комплектацией туров.

Турагент — физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров.

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 - от турпоставщиков турагентам. На самом деле переводится информация о платежах и поступлениях.

Автоматизация и широкое применение электронной техники становятся одной из актуальнейших задач в отрасли туризма.

Ведь туризм и информация неразделимы:

- решение о поездке принимается на основе информации;

- сам тур в момент покупки - тоже только информация;

- информацией обмениваются сотни раз в день все участники туристического рынка ... значит, нужно уметь работать с информацией, собирать, обрабатывать и принимать на её основе единственно верное решение.

Используя преимущества компьютерных технологий, современная туристическая компания, уверенно и успешно работает сегодня, закладывая фундамент завтрашнего процветания. Менеджмент, персонал и автоматизация - вот то, что даст шанс обойти конкурента и обеспечит турфирме успех!

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.

Информационные системы и программное обеспечение
Туризм в Беларуси - одна из самых перспективных и быстроразвивающихся индустрий. Сдерживающим фактором для бурного и качественного роста является низкая информационная грамотность и слабые коммуникации. Однако в Беларуси уже есть готовые решения для успешного использования в туризме по автоматизации бизнес процессов и подключение к сети Интернет.

Существующие туристские Интернет-проекты.

По уровню представления в сети онлайновые туристские ресурсы можно подразделить следующим образом:

- сайты общего назначения, в которых есть туристические разделы

- специализированные туристические порталы и сайты

- глобальные системы бронирования

- сайты фирм-туроператоров

- сайты туристических агентств

- сайты гостиниц

- личные страницы путешественников

Наиболее часто туристические разделы встречаются в каталогах ресурсов — больших систематизированных сборниках ссылок.

Наиболее полным собранием туристических сайтов является, безусловно, раздел "Вокруг света" каталога "Майл.Ру". Здесь собраны ссылки более чем на 4000 страниц, посвященных туризму, путешествиям, странам, курортам, турфирмам, причем они сгруппированы в несколько десятков подкатегорий, что иногда значительно облегчает поиск нужного ресурса.

Однако наиболее посещаемым потенциальными туристами является раздел "Путешествия" рейтинга-классификатора Rambler. Здесь все страницы — а их около 800 — отсортированы рейтингу, что упрощает поиск.

Заслуживают также упоминания каталоги www.pingwin.ru, www.ru, weblist.ru — в них собрано большое количество ссылок по туризму.

Кроме каталогов туристические разделы встречаются на сайтах развлекательной тематики, например, на www.gala.net, www.estart.ru, www.emax.ru. Но информация, представленная там, значительно уступает по объему и качеству специализированным туристским сайгам. Исключение составляет туристический раздел мегапортала "Кирилла и Мефодия", который можно уверенно отнести к специализированным туристическим порталам.

Туристические порталы можно рассматривать в качестве онлайновых рекламных площадок, призванных способствовать продажам услуг рекламодателей - туроператоров и турагентств. Источником доходов порталов могут быть как баннерная реклама и платное размещение информации о турфирмах и их предложениях, так и комиссионные, полученные от турфирмы за факт заказа с сервера.

Каждый туристический портал имеет собственных клиентов. В целом они, как правило, открыты для сотрудничества, и некоторые из них имеют довольно обширные базы турфирм.

Оправдывая универсальность самого названия "портал", подобные ресурсы предоставляют пользователям достаточно много информации туристической тематики: страноведческую информацию, сводки погоды, расписания авиарейсов и поездов, информацию о визах, паспортах, ссылки на другие турресурсы, полезные советы и т.д.

На специализированных туристических порталах можно:

- забронировать тур через специально разработанную форму (feedback) или

- заказать информацию о подходящем предложении по электронной почте.

Обычно такие предложения выглядят в виде строчек с указанием фирмы-продавца, курорта, категории отеля, вида транспорта, дополнительных услуг в туре, минимальной или максимальной цены и т.п. Примечательно то, что сотрудник турфирмы сам может в режиме реального времени заносить и изменять свои туры.

- Можно не только заказать турпоездку, но и подобрать себе компаньона: одноместный номер в отелях обходится дороже, чем место в двухместном, это экономнее.

Не меньшим успехом пользуются и онлайновые туристические конференции (форумы) на туристических сайтах. В них любой пользователь сети может высказать свое мнение о работе той или иной турфирмы, посоветовать другим, где лучше отдохнуть и т.п.

На многих порталах собраны большие коллекции различных рассказов туристов о своих поездках и впечатлениях. Особенно в этом плане хочется отметить "Архив путешественника" arhive.travel.ru и "Рассказы туристов" www.tours.ru/story. В этих разделах содержатся сотни рассказов о поездках, из которых можно почерпнуть немало полезной для себя информации.

Наиболее известные и популярные туристические порталы на сегодня:

- "100 Дорог" - www.tours.ru - существует с 1996 года. Средняя посещаемость 100 - 120 тысяч чел./мес.

- Travel.ru - сервер о туризме и путешествиях. Существует с 1997 года. Средняя посещаемость 90 - 150 тыс./мес.

- Time2Travel – www.km.ru/tourism активно продвигается с 1998 года известным производителем мультимедийных программ — фирмой "Кирилл и Мефодий". Средняя посещаемость 30 тыс./мес.

- Turizm.ru

- Туристический маяк – www.mayakinfo.ru – рекламно - информационный сервер.

- РБК-Туризм – tour.rbc.ru — туристический портал от известного холдинга РосБизнесКонсалтинг. В сети с 2001 года. Средняя посещаемость 80 - 100 тыc. чел./мес.

Подавляющее большинство туроператоров в той или иной мере представлено в сети. Описывать каждый из них не представляется возможным.