

УДК 338.48

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ТУРИЗМА

Лычагина Д.Н.

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

Email: daria_lychagina@mail.ru

Научный руководитель: к.э.н., доцент Григорьева Н.С.

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема влияния современных технологий на развитие электронного туризма. Достижения технического прогресса в области информационных технологий конца XX столетия коснулись также и туристской индустрии, прочно завоевав там свои позиции, в корне изменив функцию формирования, продвижения и реализации туристских услуг. На современном рынке туристических услуг, активно внедряется электронная коммерция. Появилось больше возможностей у туристических фирм в рекламной деятельности. В 2008 году в России стало возможно приобрести тур онлайн. На современном этапе туристские сайты занимают весомый объём в общем количестве появившихся интернет-сайтов. Электронный туризм – весьма актуальная тема для современного глобализованного общества.

Ключевые слова: электронный туризм, информационные технологии, интернет, интернет реклама, электронная коммерция.

THE IMPACT OF MODERN TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF E-TOURISM

Lychagina D. N.

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: This article discusses the problem of the influence of modern technologies on the development of e-tourism. The achievements of technological progress in the field of information technology at the end of the 20th century also affected the tourism industry, firmly gaining their positions there, radically changing the function of the formation, promotion and sale of tourist services. In the modern market of tourist services, e-commerce is being actively introduced. There are more opportunities for travel companies in advertising activities. In 2008, it became possible to purchase a tour online in Russia. At the present stage, tourist sites occupy a significant volume in the total number of Internet sites that have appeared. E-tourism is a very relevant topic for a modern globalized society.

Keywords: e-tourism, information technology, Internet, Internet advertising, e-commerce.

Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Он проник во все сферы общества, связав их единой сетью, чем облегчил многие процессы, связанные с обменом данными. Постепенно он преобразовался во всемирную

систему, которая стимулирует реорганизацию всей деятельности компаний и фирм в самых различных областях бизнеса. Именно в его развитие зародилась электронная коммерция [1]. Электронная коммерция сильно повлияла на процесс ведения бизнеса в сфере туризма.

С появлением национальных и международных систем бронирования, компьютерной сети Интернет, мультимедийных каталогов туристских путешествий по различным направлениям, электронных баз данных по нормативно-правовым актам, систем взаиморасчетов и других современных достижений в области информационных технологий, заметно увеличилось качество предоставляемого продукта [2], снизилась его себестоимость, сократились затраты туристов на самостоятельный поиск и приобретение необходимого пакета услуг.

Современные системы онлайн бронирования (Computer Reservation System – CRS), которые активно использовались туристскими компаниями, со временем преобразовались в глобальные распределительные системы (Global Distribution Systems – GDS), которые позволяют производить бронирование практически всех связанных с туристской деятельностью услуг; эти системы сейчас входят в арсенал стандартных рабочих инструментов в турбизнесе [3]. И на них основано дальнейшее развитие отрасли и дестинации в целом [4].

Стремительное развитие Интернета постепенно поменяло отношение туристских фирм к рекламе. Так, например, некоторые агентства стали сокращать объемы публикуемой газетной рекламы, отдавая предпочтение размещению своей информации в сети [5]. Вместо больших рекламных объявлений в газетах все чаще встречаются маленькие блоки с указанием адреса информационной страницы агентства в Интернете. Интернет дает возможность проводить массовые рекламные кампании при минимальных затратах [6]. Если публиковать коммерческую информацию в популярном электронном издании, она станет доступной миллионам людей всего мира не на один день, а на месяц, квартал, год [7]. За сравнительно небольшие деньги

в сети можно разместить самую обширную информацию о фирме, ее товарах и услугах, условиях работы с клиентами. Существуют несколько видов рекламных носителей применяемых в интернете. Приведу самые востребованные из них [8]:

1) Баннеры - пользуются большой популярностью у туристических компаний. Они удобны и практичны, публикуются на Web-страницах, для привлечения потенциальных клиентов или для формирования имиджа.

2) Тестовый блок – активно используется в интернет-маркетинге [9]. Он привлекателен тем, что по психологическим параметрам не ассоциируется с рекламой и вызывает у пользователей больше доверия.

3) Байрик – представляет собой мини web-страницу, отображаемую в небольшом окне поверх браузера. Этот удобный носитель зарекомендовал себя на зарубежных сайтах, но не получил распространения на российских сайтах, так как раздражает пользователей [10].

Сервис электронных коммуникаций в сфере туризма расширился с появлением различных онлайн серверов бронирования. Из специализированных курортных ресурсов Интернета следует отметить следующие [11]: Travelata - один из самых известных и доверенных сервисов, который занимается выгодными предложениями в приобретении туров. На этом сервисе возможно приобрести путёвку в различные уголки нашей планеты. Onlinetours - достаточно простой и понятный в использовании сервис по оперативному поиску и покупке пакетных туров. Здесь возможно подобрать тур и подобрать выгодную для себя акцию, оплатить отпуск в онлайн формате. Travel.ru - крупнейший российский сайт о путешествиях. Здесь возможно найти всё от всевозможных статей и обзоров до бронирования отелей и самолётов, акций авиакомпаний, ж/д билетов. Visa to home - сервис, при помощи которого можно оформить визу в любую страну, не выходя из дома. Его используют не только граждане Российской Федерации, но и зарубежные лица. Kayak - один из самых надежных сервисов для поиска туристических предложений, покупки авиабилетов,

бронирования отелей и аренды автомобилей. Сайт работает с сотней сайтов туристических фирм и авиакомпаний по всему миру и выбирает для клиентов самые выгодные сделки. Anywayanyday - российское туристическое агентство, работающее в режиме онлайн, все услуги предоставляющее через веб-сайт и мобильные приложения. Лауреат множества туристических премий в области онлайн-услуг.

Самые простые возможности Интернет в туризме состоят в распространении информации о фирме и тех услугах, которые она оказывает, на разных досках объявлений, формах и так далее.

Любой пользователь может быть покупателем туристического продукта. Даже сайты, которые только претендуют на известность, «приводят» более 20% своих клиентов в компанию, владеющую сайтом.

Разработанные в настоящее время информационные сетевые технологии позволили внедрить бизнес-системы, в которых клиент взаимодействует с поставщиками туристических услуг и полностью взаимодействует в Интернете. Наиболее активными пользователями этих систем являются региональные турфирмы, которым дешевле оформить заказ через Интернет, чем звонить столичным туроператорам.

В России возможность заказать тур через интернет действует уже давно. Для этих целей был создан специальный портал информационной системы «Электронная путевка». Электронная путевка обеспечивает гарантии туристам на всех этапах покупки турпродукта (пакетного тура) и на протяжении всей поездки. Государственная информационная система «Электронная путевка» создается в соответствии с Федеральным законом от 2 марта 2016 г.

Реализация следующих функций системы обеспечит государственное регулирование туристической отрасли и государственные гарантии участникам рынка: Присвоение уникального идентификационного номера каждой проданной путевке; централизованный сбор и хранение данных о продаже турпродукта (пакетного тура) на всей территории России;

оперативная проверка законности продажи тура; формирование статистической отчетности, а также оперативных аналитических отчетов о деятельности и развитии отрасли; контроль исполнения финансовых обязательств всех сторон, задействованных в приобретении и реализации турпродукта; оперативный государственный контроль деятельности участников туристического рынка.

Основными проблемами внедрения информационных технологий в туристическую отрасль России являются значительное количество турфирм с разным уровнем автоматизации, невозможность моментальной оплаты туристских услуг, заказанных заказчиком через Интернет, из-за отсутствия единой электронной платежной системы в стране. Многие туристы привыкли общаться лично с менеджером, при выборе тура, чтобы иметь возможность проконсультироваться в выборе путевки.

Основные результаты: Интернет-доступ внутриофисных программ; удаленный доступ к базе получателей для подтверждения услуг в режиме реального времени; доступ клиентов к базе данных офиса через Интернет; создание крупных интернет-порталов и интернет-маркетов.

Применяемые в современном туристском бизнесе информационные технологии можно разделить на две группы. В первую группу следует отнести технологии, способствующие автоматизации и повышению эффективности внутриофисных бизнес-процессов, их можно назвать технологиями back-office. Они обеспечивают быстрое и качественное оформление турпродукта с использованием современных систем бронирования, создание и ведение актуальных баз отелей, партнеров, клиентов, формирование необходимой документационной базы для компаний туристической отрасли, обеспечение электронного документооборота и т.д. К этой группе можно отнести глобальные системы бронирования, такие как Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, системы бронирования туров или отдельных туристских услуг. Вторая группа информационных технологий обеспечивает взаимодействие с конечным

потребителем, в связи с чем их можно назвать технологиями front-office. К этой группе относятся Интернет-технологии, обеспечивающие доступ конечных пользователей к информации о поездках, средствах размещения, туристских ресурсах и т. д. Современный туристический продукт становится более гибким и доступным для потребителя, например, за счет внедрения информационных технологий в индустрию туризма.

Таким образом, с подачи Интернета электронный туризм стал одним из динамично развивающихся сфер услуг, положительно влияющих не только на саму индустрию туризма, но и на экономику страны в целом. Сегодня рост использования Интернета дает множество возможностей для развития рынка туризма в России. Определенно это отражается на реализации программ как въездного, так и внутреннего туризма. Тем более что большая доля иностранных туристов принимают решение о поездке на основе данных из Интернета и совершают свою покупку турпутевки посредством Интернета. Всемирная паутина активно влияет на процесс планирования и организации отдыха и для самих россиян.

Библиографический список

1. Григорьева Н.С. Влияние качества образовательных услуг на экономическое развитие региона // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 10-14.
2. Колычева Ж.Я. Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 46-51.
3. Григорьева Н.С. Возможности и перспективы развития сельского туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2020. – № 1 (116). – С. 24-28.
4. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.
5. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Взаимодействие государственных и предпринимательских структур в сфере ЖКХ муниципальных образований // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 2 (93). – С. 37-41.
6. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Стратегические направления инновационного развития регионов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 6 (85). – С. 22-25.
7. Григорьева Н.С. Необходимость и возможности устойчивого развития регионов // ТРУДЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ "ТРАНСПОРТ-2015"/ ФГБОУ ВПО «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ». – 2015. – С. 72-73.

8. Григорьева Н.С. Качество образования и корпоративная культура вуза // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. – 2015. – № 1. – С. 42-45.
9. Григорьева Н.С. Стратегическое управление как метод преодоления кризисных явлений высшего профессионального образования // Terra Economicus. – 2013. – Т. 11. № 1-2. – С. 129-132.
10. Григорьева Н.С. Приоритетные направления повышения социально-экономической эффективности государственного регулирования малого бизнеса // Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России: Сборник докладов международной научно-практической конференции. – 2011. – С. 101-107.
11. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Мультипликативный эффект от предпринимательских воздействий в инфраструктурную сферу региона (на примере Ростовской области) // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – № 2 (69). – С. 28-32.