

Тема 5. ІНФОРМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

1. Інформаційні технології: значення та основні
рис

2. Інформаційно-комунікаційні технології у
діяльності консолідаторів туризму

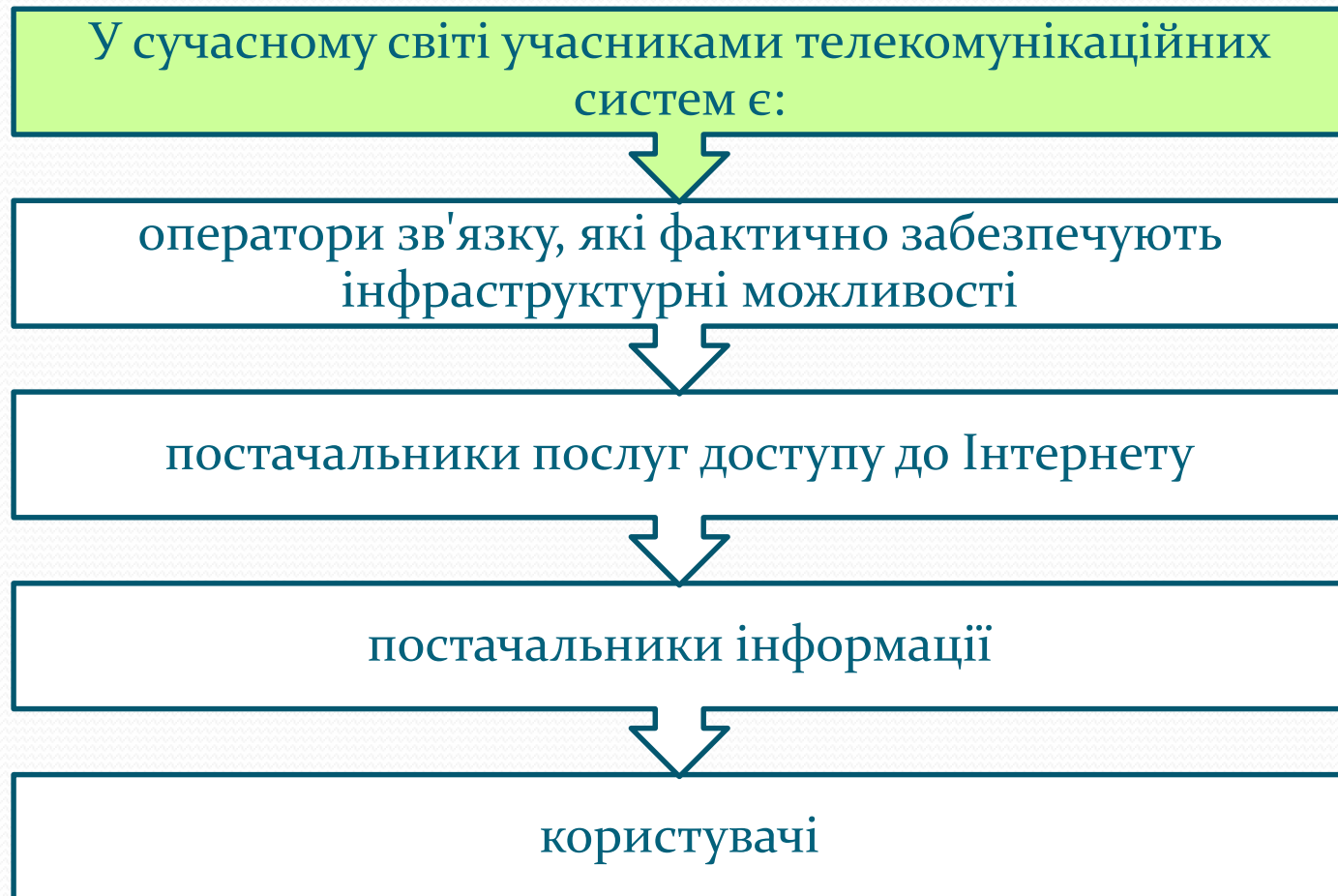




1. Інформаційні технології: значення та основні риси



Цінність інформаційних технологій обумовлена створюваними ними можливостями збору, аналізу і передачі інформації: куди завгодно, миттєво і з мінімальними витратами



Інформаційні технології мають чотири характерні риси:

мають всепроникний характер

сприяють ефективнішій роботі ринків шляхом спрощення і розширення доступу до інформації

мають глобальне поширення, завдяки чому величезна кількість знань може зберігатися, пересилатися і ставати надбанням людей в будь-якій точці земної кулі

прискорюють інноваційний процес, дозволяючи простіше і дешевше обробляти величезні обсяги інформації і скорочуючи час, необхідний для розробки нової продукції.

Існують чотири стадії інтеграції в Інтернет-бізнес:

ПЕРША – компанія використовує Інтернет тільки як додатковий маркетинговий канал і, як правило, обмежується створенням сайту і бази цих клієнтів

НА ДРУГІЙ СТАДІЇ Інтернет зв'язує бізнес-процеси трьох ключових фігур ринку – постачальника, самої компанії і споживача.

НА ТРЕТІЙ СТАДІЇ багато бізнес-процесів повністю автоматизуються, а інші сильно спрощуються або взагалі зникають. За компанією зберігаються три основні функції: розробка продукту (ноу-хау), продаж (пряме спілкування з клієнтами) і обслуговування клієнтів.

НА ЧЕТВЕРТІЙ СТАДІЇ інтеграції в Інтернет-бізнес експлуатується розкручений бренд, ноу-хау і хороша клієнтська база. При цьому конфігурацію продукту формує не виробник, а замовник-споживач.

2. Інформаційно-комунікаційні технології у діяльності консолідаторів туризму



Суть інформаційних технологій становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління об'єктами, у тому числі, підприємствами сфери туризму.

ІТ-індустрія – перспективна, інвестиційно та інтелектуальноємна сфера економічної діяльності, яка прискорює інвестиції в людину як основне джерело інноваційних зрушень.



Аналіз трендів розвитку туризму в світі проходить за такими напрямками:

динаміка розвитку
онлайн-бронювання та
купівлі туристичного
продукту


вплив розвитку
Інтернету на
туристичну сферу

тренди у моделях
пошуку та купівлі
туристичних
послуг

зміна активності за
географічними
напрямами світового
туризму

макроекономічний
аналіз розвитку туризму
та пасажирських
авіап перевезень у світі
тощо





Реальний
сектор збуту

Складається з :туристичних підприємств, турагентств, турагентів, субагентів, дистрибуторів та інших посередників

Міжнародний
туроператор

найперспективніший та інноваційний засіб електронних продажів

віртуальний
сектор збуту

активно впливає на вартість туристичних послуг оператора і знижує не лише собівартість туру, а й імовірність похибки через високу технологізацію й консолідацію збутових процесів усіх посередників



Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних ІТ, тому за останні десятиліття зазнала значного впливу науково-технічного прогресу.



Система ІТ у туризмі

охоплює:

інформаційні системи
менеджменту

глобальні системи
бронювання

мультимедіа

інтегровані
комунікаційні мережі

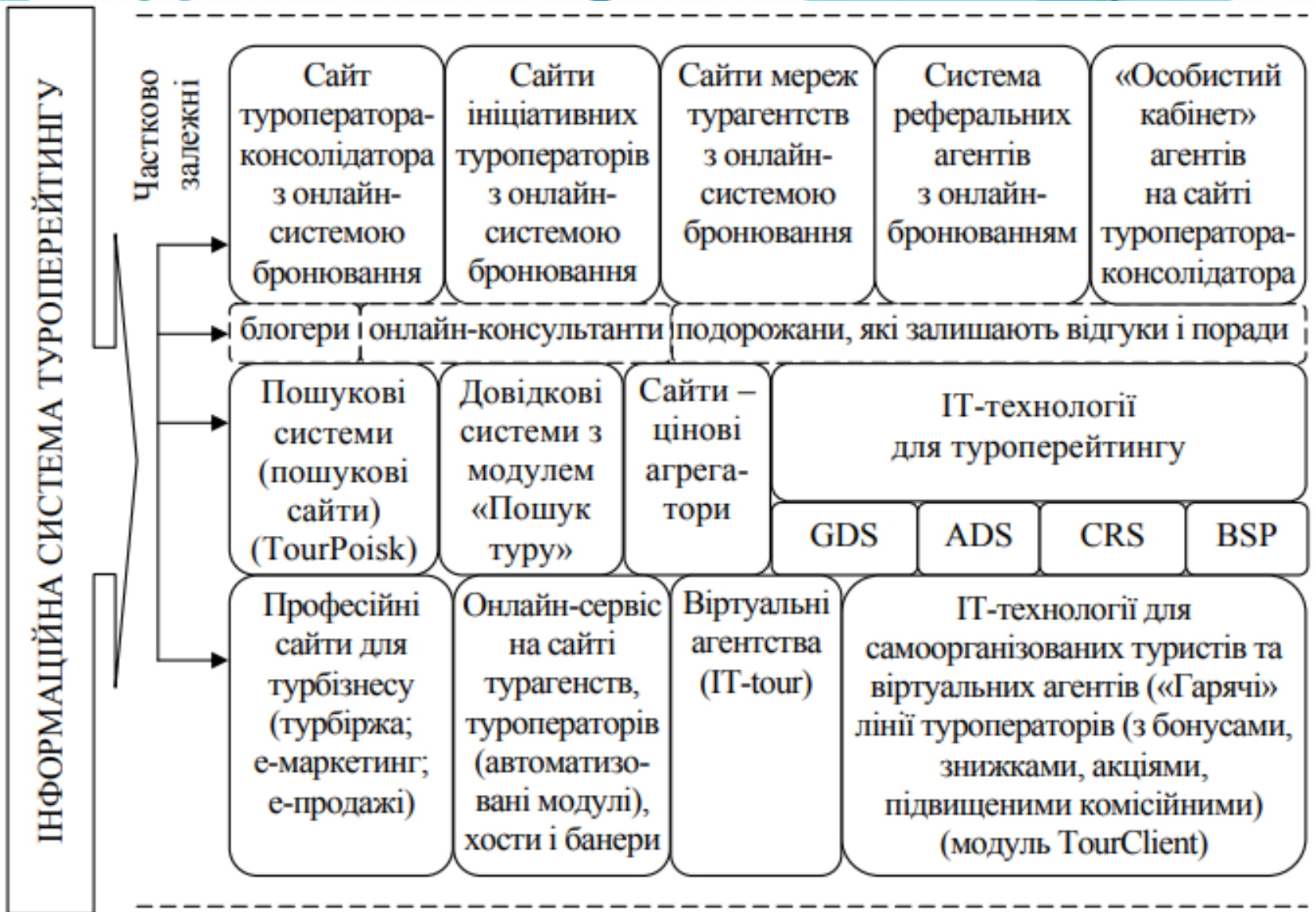


Рис. Сегменти віртуального сектору збуту продукту туроператора

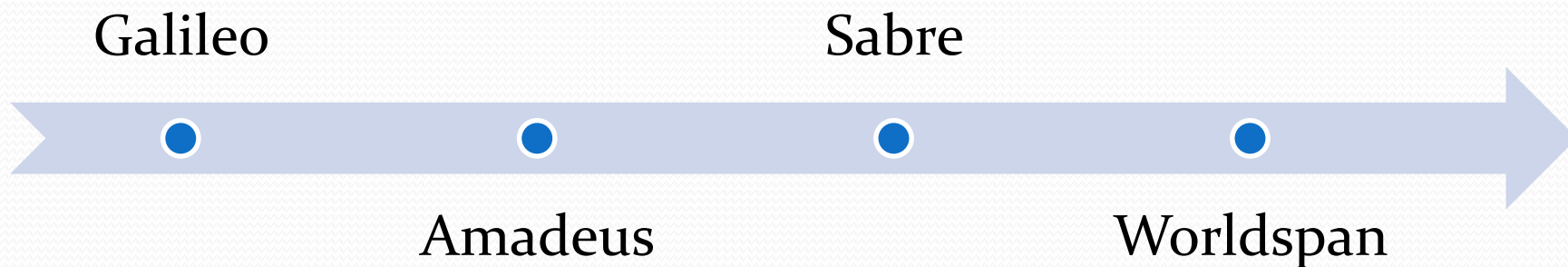
Геоінформаційні системи (ГІС) - це не тільки і не стільки інформаційні системи для географії, а інформаційні системи з географічно організованою інформацією. Основна ідея ГІС - зв'язок даних на карті і в звичайній базі даних

У найпростішому варіанті ГІС - це поєднання звичайних баз даних (атрибутивної інформації) з електронними картами, тобто потужними графічними засобами.

ГІС - це аналітичні засоби для роботи з будь-якою координатно-прив'язаною інформацією. У цьому сенсі ГІС, фактично, являє собою новий рівень і спосіб інтеграції та структурування інформації.

Комп'ютерні системи бронювання (КСБ) дозволяють споживачам задовольнити їх варіанти подорожей і купувати квитки в режимі реального часу.

- **Комп'ютерні системи бронювання** об'єднані в глобальні розподільні системи (Global Distribution Systems - GDS), які протягом тривалого часу є найбільшими світовими мережами і використовуються туристськими фірмами як звичний робочий інструмент. Після злиття і придбань до початку нового століття склалися чотири основні системи:



Сьогодні ГРС мають прямий доступ в режимі реального часу до баз даних практично всіх судноплавних та авіакомпаній, залізних доріг, готельних ланцюгів, туристських фірм і центрів, фірм з прокату автомашин та ін.

- В умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних АСУ.



Цінність АСУ можна розглядати у двох площинах:

1. Автоматизація процесів функціонування систем дозволяє активувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва туристичної фірми. В цілому, з використанням автоматизованих систем туристична фірма стає більш керованою.

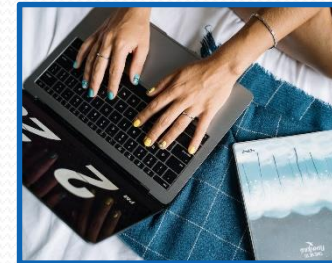
2. Крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для клієнтів. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги споживача послуг, зберігає дані по кожному клієнту, що коли-небудь користувався послугами туристичної фірми, а процес надання послуг стає безпроблемним для нього.

Існують такі рівні *автоматизації*:



офісна оргтехніка (телефони, факси,
ксерокси)

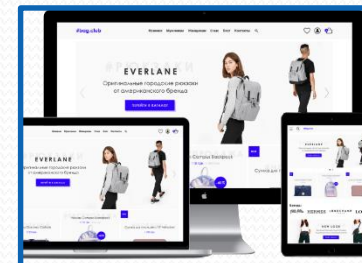
комп'ютери із стандартним програмним
забезпеченням типу Microsoft Office



спеціальне програмне забезпечення -
BackOffice та його зв'язок з глобальними
системами бронювання



наявність власних Інтернет-магазинів

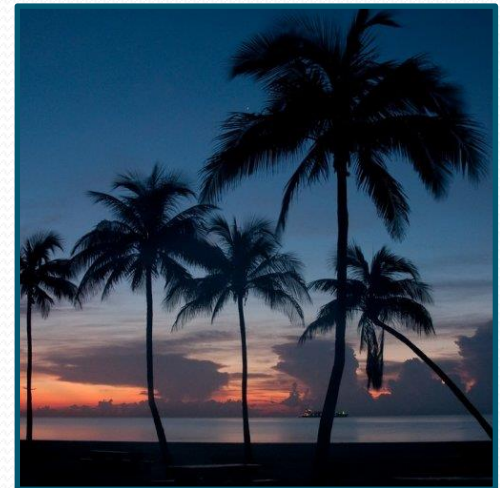


Процеси глобалізації впливають і на розвиток туристичного ринку України.



На ринку відбуваються злиття та поглинання, створення ділових альянсів, впровадження новітніх технологій та телекомунікацій, активізується участь інших секторів економіки, зростає присутність представників туристичного бізнесу інших країн.

Змінився туристичний профіль. Турист став більш досвідченим та поінформованим. Інформаційні комп'ютерні технології полегшили доступ до інформації та збільшили попит на альтернативні і складніші продукти. Туристи тепер більш незалежні та можуть самостійно організувати свої подорожі



- Використання мережі Інтернет, Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку послуг в найближчий час.

