

Практичні рекомендації для учнів групи 24

Майстер Войтенко О.І.

Професія: Агент з організації туризму

Тема 2. Самостійне виконання робіт агента з організації туризму

2.6 Робота в мережі Інтернет

Мета уроку

Навчальна: ознайомити учнів з роботою в Інтернеті

Виховна: виховувати в учнів відповідальність, точність, пунктуальність

Розвивальна: розвивати логічне мислення і пізнавальний інтерес учнів до обраної професії.

Інтернет-технології в туризмі

Інформаційна технологія (ІТ) - системно організована сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки і захисту інформації на базі застосування розвиненого програмного забезпечення, телекомунікацій, апаратних (технічних) засобів. Сучасні інформаційні технології засновані на використанні комп'ютерів, об'єднаних в локальні, регіональні або глобальні комп'ютерні мережі для генерації, збору, обміну і зберігання комерційної інформації. *Основними проблемами впровадження інформаційних технологій в турбізнес України є значна кількість турфірм з різним рівнем автоматизації, неможливість миттєвої оплати замовлених клієнтом туристичних послуг по Інтернет через відсутність в країні єдиної системи електронних платежів.*

Основні досягнення:

- вихід внутрішньоофісних програм в Інтернет;

- віддалений доступ до бази приймаючої сторони для підтвердження послуг в реальному масштабі часу;
- доступ клієнтів до офісної бази через Інтернет;
- створення великих Internet-порталів та інтернет-маркетів.

Автоматизація туристичної фірми

Автоматизація турфірми включає в себе набір функцій:

- отримання і обробка інформації від різних туроператорів;
- ведення внутрішнього документообігу і бухгалтерії;
- вибудовування взаємин з туроператорами;
- аналіз даних і отримання статистичних звітів.

Рівні автоматизації фірми:

- офісна оргтехніка (телефон, факс, ксерокс);
- комп'ютери з програмним забезпеченням Microsoft Office;
- спеціальне програмне забезпечення, яке використовується для зв'язку офісних програм з глобальними системами бронювання;
- наявність власних інтернет-магазинів.

Необхідний рівень автоматизації фірми залежить, перш за все, від кількості клієнтів. Для фірм з малим об'ємом реалізованих послуг досить використовувати кошти Microsoft Office (Excel, Word, E-mail і т.п.). Необхідність використання спеціального програмного забезпечення для автоматизації всієї внутрішньоофісної роботи залежить від обсягів, і виду діяльності турфірми, так як програмне забезпечення для турагентів і туроператорів різняться. Комплексна автоматизація турфірми включає в себе крім внутрішньоофісної автоматизації, діловодства, бухобліку, наявність інтернетканалів і систем бронювання туристичних послуг.

Можливості програмного забезпечення в туристському бізнесі:

- облік заявок і клієнтів в базі даних; - друк документів, що видаються клієнту і які надсилаються партнерам;
- облік і контроль квот, завантаження рейсів;
- друк прайс-листів;
- on-line бронювання;
- зв'язок з турагентської софтом і бухгалтерськими програмами;
- формування баз даних турпослуг різних туроператорів;
- вибір оптимального варіанту для клієнта з багатьох пропозицій;
- розміщення замовлень безпосередньо в базі туроператора;
- оцінка ефективності витрат, прибутковості (збитковості) на різних рівнях бізнесу.

Основні тенденції розвитку сучасних інтернет-технологій:

- створення незалежних мереж турагентств; - надання турагентствам нових технологічних сервісів;
- укрупнення незалежних турагентств і їх автоматизація;
- розробка єдиного стандарту по обміну інформацією між учасниками туристичного ринку.

Деякі важливі завдання, які вирішуються шляхом автоматизації діяльності туристської фірми:

1. Моніторинг стану ринку. Початківці агентства віддають перевагу системам пошуку та бронювання турів, що дозволяє зрозуміти, хто з туроператорів за яким напрямком працює, з ким вигідніше всього співпрацювати. Досвідчені менеджери агентств, добре орієнтуються на ринку пропозицій, самостійно відстежують пропозиції кількох

туроператорів і бронюють послуги в режимі on-line. Це дозволяє зарезервувати ресурс туроператора в момент відправки заявки, що при обмеженому числі місць в готелі та на рейсі дуже важливо. При on-line бронювання агентство отримує можливість в режимі реального часу відслідковувати стан своїх заявок у туроператора (підтверджено, оплачено, що не оплачено, на листі очікування).

2. Автоматизація внутрішнього документообігу туристичної фірми включає в себе виписку необхідних туристові документів (путівка, прибутковий / видатковий касовий ордер, договір, ваучер і ін.), Відстеження життєвого циклу заявки клієнта. Для цього використовують системи пошуку та бронювання турів або спеціально розроблені програмні комплекси.

3. Автоматизація взаємин з туроператорами полягає в створенні і друку бланка заявки, в автоматичному відстеженні проходження заявки від моменту її формування до моменту відправки в архів. Для цього використовуються режими on-line бронювання туроператорів, внутрішньоофісні системи, системи пошуку та бронювання турів і ін.

4. Автоматизація бухгалтерії передбачає використання спеціалізованих бухгалтерських програм. У ряді випадків турагентства, які працюють за спрощеною системою оподаткування, користуються послугами аудиторських компаній, здаючи їм лише первинну документацію. В цьому випадку функцій внутрішньоофісних програм, що стосуються обліку фінансів, виявляється досить. Можливе сполучення спеціалізованих внутрішньоофісних туристських програм з бухгалтерськими на рівні обміну файлами.

5. Автоматизація аналізу даних і отримання статистики. Для прийняття правильних стратегічних рішень програмне забезпечення, що використовується турфірмою, має формувати вичерпну кількість статистичних звітів, що показують рентабельність роботи компанії за проміжок часу, і середню прибутковість заявок за напрямками і

туроператорам і т.д. Це дозволяє агентству правильно орієнтуватися на ринку і розробляти потрібні напрямки діяльності, вибудовуючи відносини з туроператорами, в потрібний час давати потрібну рекламу і оцінювати, як вона працює.

Можливості використання Інтернету в туристському бізнесі

Використання мережевих технологій сьогодні починається з виходу в Інтернет в ролі користувача з метою знайти будь-яку інформацію, що належить іншим, і закінчується побудовою власної приватної корпоративної мережі, в якій найцінніша інформація обертається з великою швидкістю і ефективністю. Найпростіші можливості Інтернет в туризмі полягають в поширенні інформації про фірму і послуг, що нею послуги на різних, дошках оголошень, форумах і т.д. Покупцем туристичного продукту може стати будь-який користувач Мережі. Навіть сайти, які претендують не більше ніж на роль ознайомчого буклету, «приводять» в офіс компанії - власника сайту більше 20% клієнтів.

Основні етапи використання мережі Інтернет в турбізнесі:

1. Створення сайту зі списком послуг, реквізитами, прайс-листом, картинками (сайт-візитка) та іншою інформацією, дублюючої рекламні проспекти фірми. У цьому випадку сайт є додаткове рекламний засіб, що дозволяє всім бажаючим ознайомитися в режимі постійного доступу до інформації про фірму, її діяльності, координатах. Недолік - інформація на сайті представляється в статичному вигляді без врахування думки користувачів.
2. Створення інтерактивного сайту для швидкого зв'язку клієнтів з фірмою через Інтернет, здатного видавати інформацію за запитом користувача, відповідати на його питання, мати засоби зворотного зв'язку з фірмою (гостьову книгу, форум, відповіді на найбільш поширені питання, форму запиту інформації і ін.). Такий сайт являє собою електронний офіс фірми, що сприяє збільшенню числа потенційних

клієнтів. Недолік - неможливість безпосередньої участі в реалізації турпослуг;

3. Створення сайту-магазину, здатного приймати платежі за турпослуги, бронювати путівки, квитки, укладати договори з клієнтами, сповіщати їх про вільні місця, путівки та ін. Такий сайт виконує функцію повноцінного паралельного механізму реалізації турпослуг, дозволяє розвантажити менеджерів, прискорити виконання рутинних операцій (прийом платежів, підготовка і підпис паперів, приїзд клієнта в офіс і ін.). Недолік - ризик, пов'язаний з можливістю злому сайту хакерами, шахрайство, відсутність законодавчої підтримки з боку держави.

4. Підключення турфірми на основі абонентської плати до бізнес-систем, які реалізують вищезгадані можливості і беруть на себе відповідальність за безпеку ведення бізнесу. Функція системи - посередницька. Користь - набагато більша концентрація потенційних клієнтів і, відповідно, підвищення попиту на турпослуги. Недолік - висока конкуренція, необхідність швидкого реагування, інакше клієнт звернеться в іншу фірму. Перші три системи працюють за принципом B2C (Business-to-Consumer) - взаємодія «продавець-покупець». Остання система - за принципом B2B (Business-to-Business) - взаємодія «продавець-посередник». Розроблені в даний час інформаційні мережеві технології дозволили реалізувати бізнес-системи, в яких клієнт взаємодіє з постачальниками турпослуг повністю через Інтернет. Найбільш активними користувачами таких систем є регіональні турагентства, яким набагато дешевше оформити замовлення через Інтернет, ніж телефонувати зі столичними туроператорам

ПЕРЕВІРИМО СЕБЕ:

Дати відповідь на питання. Зробити конспект та скинути виконане завдання на електронну пошту: olenka.korostil@ukr.net

- а) Що таке Інформаційна технологія (ІТ)?
- б) Які функції включає в себе автоматизація туристичної фірми?
- в) Які можливості програмного забезпечення в туристичному бізнесі?
- г) Назвіть основні тенденції розвитку сучасних інтернет-технологій: