Выпускная квалификационная работа

Информационные технологии в гостинице, на примере гостиницы “Орзу”

Содержание

Введение

1. Система информационных технологий

1.1 Понятие об информационных технологиях

1.2 Классификация информационных технологий

1.3 Влияние информационных технологий на развитие социально-культурного сервиса и туризма

2. Системы бронирования и резервирования

2.1 Характеристики компьютерных систем бронирования и резервирования

2.2 Система бронирования Amadeus

2.3 Система бронирования Galileo

2.4 Система бронирования Worldspan

2.5 Система бронирования Sabrе

2.6 Российские компьютерные системы бронирования

2.7 Выбор системы бронирования

3. Информационные технологии в системах управления гостиницы Орзу

3.1 Общая характеристика гостиницы Орзу

3.2 Автоматизированная система управления гостиницей Орзу

3.2.1 Система Fidelio

3.2.2 Автоматизация ресторанного и складского учета в гостинице Орзу

3.3 Средства коммуникации и связи

3.3.1 Классификация средств оргтехники в гостинице Орзу

3.3.2 Способы передачи информации в гостинице Орзу

4. Глобальные компьютерные сети в индустрии гостеприимства

4.1 Направления использования Интернета

4.2. Электронная коммерция в туризме

Заключение

Библиографический список

Введение

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу социально-культурного сервиса (СКС) и туристского бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы. Известное изречение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» особенно актуально для сферы туристского бизнеса, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области. Реализация этих условий возможна только в рамках применения информационных компьютерных систем.

Внедрение информационных технологий в сферу туристского бизнеса сталкивается с множеством проблем, к которым можно отнести недостаточное финансирование, неудовлетворительный уровень подготовленности работников туриндустрии в области современных компьютерных технологий, общий низкий уровень компьютерной грамотности населения и незначительное по сравнению с мировым уровнем наличие домашних компьютеров, сравнительно небольшое число пользователей Интернета и др. Тем не менее, общая тенденция внедрения информационных технологий в сфере туризма, активная работа ряда компьютерных фирм, специализирующихся в этой области, свидетельствуют о хороших перспективах этого направления.

Любые управленческие информационные процессы включают в себя процедуры регистрации, сбора, передачи, хранения, обработки, выдачи информации и принятия управленческих решений. Информационные технологии представляют собой те средства и методы, с помощью которых реализуются эти процедуры в различных информационных системах.

В моей дипломной работе рассмотрены и проанализированы основные направления использования современных компьютерных технологий в социально-культурном сервисе и туризме. Показаны роль и влияние информационных технологий на развитие гостиничного бизнеса. Изложены возможности и преимущества использования глобальных систем бронирования и резервирования, автоматизированных систем правления гостиницей, современной оргтехники и способов средств связи на примере гостиницы Орзу. Рассмотрены пути использования Internet и перспективы внедрения электронной коммерции в области социально-культурного сервиса и туризма. Показаны направления использования мультимедийных технологий в социально-культурном сервисе и туризме. Изложены существующие подходы в области автоматизации гостиничного бизнеса в целом.

1. Система информационных технологий

* 1. Понятие об информационных технологиях

История развития информационных технологий может быть разбита на несколько этапов. Первый этап — это ручная технология сбора и обработки информации, господствовавшая до второй половины XIX в. Основными инструментами в то время являлись перо, чернила и простейшие счетные аппараты, а средства коммуникации были представлены в форме курьерской и почтовой связи. В конце XIX в. начался этап механической технологии. К этому времени относится создание пишущей машинки, телефона, которые существенно изменили технологию обработки информации и организационную структуру предприятий. С появлением электронных пишущих машинок, копировальных машин и диктофонов в 40—60-х гг. XX в. связывается этап электронной технологии. Массовое производство электронно-вычислительных машин в 60-х гг. и их широкое проникновение во все сферы деятельности являются началом новой компьютерной информационной технологии. Особо успешно эта технология начала внедряться с 70-х гг., когда были созданы персональные электронно-вычислительные машины.

По степени автоматизации можно выделить ручные, автоматизированные и автоматические информационные технологии. Исторически первыми были так называемые ручные информационные технологии, в которых все процедуры по сбору, обработке и передаче информации осуществлялись вручную. Однако современный уровень развития бизнеса предъявляет принципиально новые требования к информационному обслуживанию, в том числе обеспечение скорости передачи информации, ее актуальности, достоверности и своевременности предоставления конечному пользователю. Появление новых технологий организации информационных процессов связано прежде всего с использованием компьютерных технологий. Информационные технологии, применяемые в области управления технологическими процессами, могут быть реализованы в виде полностью автоматических информационных систем. В этом случае автоматизированы все процедуры регистрации, сбора, передачи, обработки информации, а также выработка управляющих воздействий, с помощью которых осуществляется управление технической системой. Такие автоматические информационные технологии используются обычно в производственных системах. В частности, к этому классу информационных систем можно отнести так называемые интеллектуальные здания, в которых автоматизированы процессы технической эксплуатации здания, в том числе процессы теплоснабжения, освещения, кондиционирования и т.п.

В системах организационного управления наиболее распространены автоматизированные информационные технологии, в которых выработка управляющего воздействия возложена на человека — лицо, принимающее решение (ЛПР). К таким системам относятся практически все информационные системы, используемые в области социально-культурного сервиса и туризма.

Современные информационные системы состоят из нескольких видов обеспечивающих подсистем, к которым относятся: техническое, программное, информационное, организационное, правовое и эргономическое обеспечения.

Техническое обеспечение представляет собой комплекс технических средств, обеспечивающих функционирование информационной системы. В него входят персональные компьютеры, периферийное оборудование (принтеры, сканеры, плоттеры и т.д.), средства коммуникации и связи (модемы, сетевые платы и т.д.), а также средства оргтехники (ксероксы, факсы и т.д.). Средства оргтехники целесообразно включать в техническое обеспечение информационной системы, так как они органично встраиваются в систему сбора, передачи и обработки информации и являются неотъемлемым атрибутом современного офиса. Кроме того, функции принтера, ксерокса, факса выполняет одно устройство. Выбор необходимого состава технических средств должен определяться прежде всего функциональными задачами информационной системы и соответствующей предметной областью.

Программное обеспечение — это совокупность программ и документации на них, реализующих основные функции информационной системы. Рынок программного обеспечения, предназначенный для реализации задач в области социально-культурного сервиса и туризма, достаточно обширен. Необходимость разработки собственного программного обеспечения возникает только при решении уникальных задач.

Информационное обеспечение представляет собой совокупность информационной базы предметной области и средств и методов ее обработки. Создание информационной базы в области социально-культурного сервиса и туризма является одной из сложнейших проблем. Прежде всего встают вопросы проектирования информационной базы, которые являются определяющим условием успешной работы всей системы в будущем. Не менее трудоемкой задачей является наполнение информационной базы конкретными данными.

Организационное обеспечение представляет собой комплекс методов и правил организации работы с информационной системой, а также описание должностных инструкций пользователей информационной системы. В сложных информационных системах этот вид обеспечения играет весьма важную роль, так как он определяет порядок функционирования информационной системы. Несоблюдение правил пользования информационной системой и невыполнение должностных инструкций могут привести к неадекватности базы данных и, как следствие, к принятию неправильных управленческих решений.

Пример. В системах управления гостиничными комплексами несвоевременный ввод информации о состоянии номерного фонда может привести к снижению эффективности работы всей гостиницы.

Правовое обеспечение включает в себя комплекс правовых норм и прав пользователей информационной системы. Эта подсистема обеспечивает ограничение доступа к данным различных категорий пользователей, как правило, путем организации парольного доступа. Кроме того, в настоящее время одними из важнейших вопросов становятся проблемы защиты информации от несанкционированного доступа.

Эргономическое обеспечение предполагает разработку рекомендаций и норм правильной организации рабочего места пользователя системы, в том числе правильное расположение компьютеров в помещении, соблюдение необходимого уровня освещенности, установление нормирования работы пользователя за компьютером и т. п.

К современным техническим средствам реализации информационных технологий относятся: персональные компьютеры; локальные и глобальные вычислительные сети; коммуникационные средства; телефонная техника; видеоинформационные системы и др. Современные информационные системы предполагают, как правило, интеграцию различных программных продуктов. В состав информационной системы входят средства для документационного обеспечения управления, информационной поддержки предметных областей, в частности социально-культурного сервиса и туризма, коммуникационное программное обеспечение, средства организации коллективной работы сотрудников и другие вспомогательные технологические продукты. Внедрение информационных технологий предполагает не только автоматизацию основных информационных бизнес-процессов, но иногда и их существенное изменение. Это связано с совершенствованием документооборота в системе, а повышение надежности и оперативности предоставления информации позволяет больше времени уделять ее анализу, а не рутинной обработке.

Внедрение современных информационных технологий должно обеспечивать выполнение ряда требований, в том числе наличие удобного и дружественного интерфейса, обеспечение безопасности с помощью различных методов контроля и разграничения доступа к информационным ресурсам, поддержку распределенной обработки информации, использование архитектуры клиент-сервер, модульный принцип построения систем, поддержку технологий Интернет и т.д.

* 1. Классификация информационных технологий

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса практически 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.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей. Многообразие применяемых в туризме информационных технологий приведено на рис. 1.

В настоящее время формирование турпродукта предусматривает использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System), обеспечивающих быстрое и удобное бронирование билетов на транспорте, резервирование мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т.д.

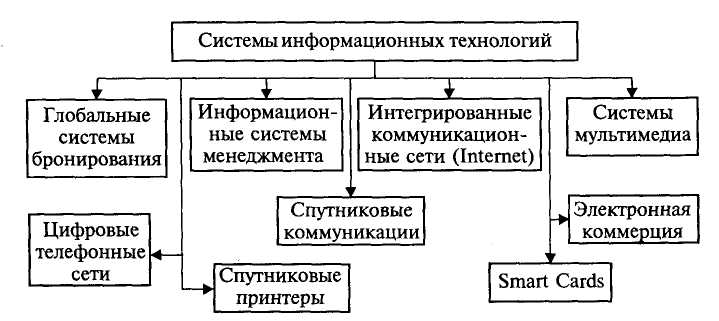


Рис.1. Системы информационных технологий в СКС и туризме

В индустрии туризма также широко распространен видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет. В Великобритании около 90 % турагентств используют систему визуальных данных Prestel, которую поддерживает компания British Telecom. Эта система содержит информацию о туризме и путешествиях, а также предложения туроператоров, железнодорожных линий, паромов, отелей и авиалиний, легко доступную потребителям. В систему также регулярно заносят последние новости и изменения по всем этим направлениям. Основным компонентом системы Prestel являются телевизор, выступающий в качестве дисплея, клавиатура для ввода данных, а также адаптер, который обеспечивает связь турагентства с центральным компьютером, минуя телефонные линии. Технология видеотекста также пользуется успехом во Франции, где применяется система Minitel. В то же время в США использование видеотекста ограничено.

* 1. Влияние информационных технологий на развитие социально-культурного сервиса и туризма

Туристский бизнес, являясь одной из самых динамичных сфер экономики, представляет собой высоко насыщенную информационную отрасль. Другими словами, сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации являются важнейшим и необходимым условием функционирования любого туристского предприятия. Успех бизнеса некоторых отраслей экономики напрямую зависит от скорости передачи и обмена информацией, от ее актуальности, своевременности получения, адекватности и полноты. В связи с этим успешное развитие туристского бизнеса предполагает широкое использование новейших технологий как в области создания турпродукта, так и его продвижения на рынок услуг.

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу туристского бизнеса, и их применение становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности любого туристского предприятия. Индустрия туризма позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления отдельной туристской фирмой до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например, глобальные компьютерные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards, информационные системы менеджмента и др. Перечисленные выше информационные технологии используются с разной степенью активности и имеют неодинаковое распространение. Различается также степень их влияния на развитие туристской индустрии.

Влияние информационных технологий на туризм ощущается на разных стадиях создания и продвижения турпродукта. Основные направления влияния современных компьютерных технологий на туризм представлены на рис. 2.

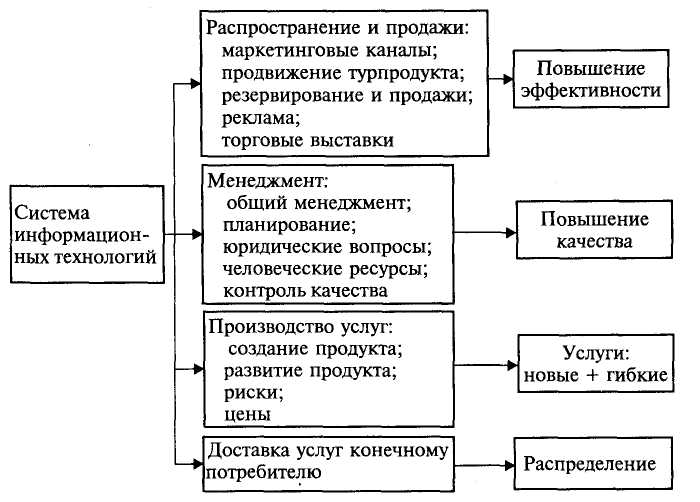


Рис. 2. Влияние информационных технологий на СКС и туризм

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. Так, в области рекламы широкое распространение получила прямая рассылка туристской информации по электронной почте (direct-mail). В последние годы большинство туристских предприятий создают свои собственные сайты в Интернете, а также используют баннерную рекламу. Хотя эффективность этих каналов распространения туристского продукта в России не очень высока, это направление следует рассматривать как весьма перспективное.

На Западе уже сейчас наблюдается электронное наступление на традиционный туристский бизнес. В частности, на туристский рынок начинает активно проникать и внедряться электронная коммерция. Уже существуют электронные туристские офисы, например туристское бюро «Экспедиа» фирмы Microsoft, позволяющее любому владельцу кредитной карты приобрести тур, забронировать место на самолет или в отеле, приобрести билеты на зрелищные мероприятия и заказать напрокат автомобиль в любой точке земного шара. По оценкам немецких экспертов, около 25 % всех продаж турпродукта может в ближайшем будущем реализовываться через электронную коммерцию. Таким образом, компьютерные технологии спровоцировали создание и применение принципиально новых электронных маркетинговых каналов продвижения и сбыта турпродукта.

Компьютерные системы резервирования CRS (Computer Reservation System), появившиеся в середине 60-х гг. XX в., позволили ускорить процесс резервирования авиабилетов и осуществить его в режиме реального времени. В результате этого повысилось качество сервисных услуг за счет уменьшения времени обслуживания клиентов, увеличения объемов и разнообразия предлагаемых услуг и т.д., а также появились возможности обеспечения оптимизации загрузки авиалайнеров, реализации стратегии гибкого ценообразования, применения новых управленческих методов и т.д. Высокая надежность и удобство этих систем резервирования способствовали их быстрому и широкому распространению. В настоящее время 98 % зарубежных предприятий сферы туризма используют системы бронирования. На российском рынке представлены в основном такие системы глобального резервирования, как Amadeus, Galileo Worldspan. Компьютерная система бронирования Amadeus функционирует на российском рынке с 1993 г., и на данный момент в России насчитывается более 600 турфирм — пользователей системы.

Одним из основных направлений применения информационных технологий в туризме является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников и каталогов. В настоящее время туристские справочники и каталоги выпускаются в книжном исполнении, на видеокассетах, на лазерных дисках CD-ROM, в сети Интернет. Электронные каталоги позволяют виртуально путешествовать по предлагаемым маршрутам, просмотреть эти маршруты в активном режиме, получить информацию о стране, объектах по трассе маршрута, данные о гостиницах, кемпингах, мотелях и других средствах размещения, ознакомиться с системой льгот и скидок, а также законодательством в сфере туризма. Кроме того, в этих каталогах обычно приводятся информация о правилах оформления туристских документов, туристские формальности, модели поведения туриста в экстремальных ситуациях и т.д. Клиент может спланировать программу тура, выбрать его по заданным оптимальным параметрам (цена, система льгот, система транспорта, сезон и др.).

Использование мультимедийных технологий оперативно предоставляет потенциальному клиенту информацию о любом интересующем его туре и тем самым позволяет быстро и безошибочно выбрать подходящий турпродукт. При этом туроператор (турагент) имеет возможность при необходимости внести изменения в данный тур или сформировать новый эксклюзивный тур, произвести бронирование мест и продать туристу созданную в оперативном режиме туристскую услугу.

На рынке программных продуктов представлено несколько компьютерных систем, позволяющих автоматизировать внутреннюю деятельность туристской фирмы. Как правило, эти системы обеспечивают ведение справочных баз данных по клиентам, партнерам, гостиницам, транспорту, посольствам, а также ведение туров и учет платежей, прием заказов и работу с клиентами, формирование выходных документов и т.д. Практически все программные комплексы обеспечивают формирование бухгалтерской отчетности и часто экспорт-импорт данных в специализированные бухгалтерские программы, такие, как 1С и др.

Наряду с автоматизацией туристских фирм ведется аналогичная разработка программ автоматизации деятельности гостиниц, ресторанов и других предприятий туристского бизнеса. Применение информационных систем в этой области приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

2. Системы бронирования и резервирования

2.1 Характеристики компьютерных систем бронирования и резервирования

Бурное развитие туристской индустрии в последние десятилетия связано с двумя факторами: развитием гражданской авиации и созданием компьютерных систем бронирования. В свою очередь, увеличение числа авиалиний, самолетов, а также рост объемов авиаперевозок закономерно привели к необходимости создания и использования компьютерных систем бронирования CRS (Computer Reservation System), которые стали основным инструментом для резервирования авиабилетов. Первые системы резервирования появились на рынке в середине 60-х гг. XX в. Это были системы Apollo фирмы United Airlines и Sabre фирмы American Airlines. Первоначально развитие компьютерных систем бронирования шло путем установки терминалов в офисах самих авиакомпаний. Это позволило существенно повысить качество и эффективность работы персонала авиакомпаний, улучшить качество обслуживания клиентов за счет сокращения времени оформления билетов, сократить штат сотрудников, обеспечивающих бронирование билетов. Техническим оснащением первых центров бронирования занималась фирма IBM, которая до сих пор поставляет оборудование для систем резервирования.

Несколько позже началась установка терминалов бронирования в крупных туристских агентствах. С появлением таких систем турагенты смогли осуществлять резервирование авиабилетов в режиме реального времени в считанные секунды. Внедрение систем бронирования позволило существенно сократить время обслуживания клиентов и обеспечить резервирование в режиме on-line, снизить себестоимость предлагаемых услуг, в частности, за счет сокращения числа сотрудников, осуществляющих бронирование, увеличить количество и разнообразить предлагаемые услуги. Наряду с этим появилась возможность реализации стратегии гибкого ценообразования, оптимизации загрузки самолетов, стыковки рейсов различных авиакомпаний, оптимизации формирования маршрута перевозки туристов по цене, времени полета и осуществления других задач.

Оценив эффективность новой технологии бронирования и перспективы их использования, авиакомпании существенно расширили как спектр представленной в системах бронирования информации, так и функциональные возможности этих систем. Первоначально ориентированные на отдельно взятую авиакомпанию, эти системы превратились в программные комплексы, обслуживающие группы авиакомпаний и предоставляющие ряд дополнительных услуг по бронированию мест в гостиницах, заказу железнодорожных билетов, прокату автомобилей и т.д. Теперь в системах бронирования заложена информация не только о наличии мест, но и общая информации о рейсах, типах задействованных самолетов, подробном описании тарифов, а также информация о смежных отраслях туристского бизнеса: прокате автомобилей, размещении в гостиницах, продаже железнодорожных билетов и др.

Развитие и широкое распространение компьютерных систем резервирования CRS осуществлялись, с одной стороны, за счет увеличения числа предоставляемых услуг, а с другой стороны, за счет сокращения стоимости электронных услуг бронирования и резервирования. Расширение сферы деятельности происходило по всем направлениям предоставляемых турбизнесом услуг, в том числе проживание, развлечения и т.д. Это привело к созданию глобальных распределительных систем — GDS. В дополнение к возможностям электронного сервиса при бронировании мест для транспортирования авиапассажиров эти системы позволяют резервировать места в гостиницах, брать на прокат автомобили, осуществлять обмен валюты, производить заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т.д. В практике западных туристских фирм эти системы естественным образом встроены в технологическую цепочку формирования и обработки туристской информации, а через механизм кредитных карт обеспечивается финансовая ответственность при бронировании туров. Через глобальные распределительные системы можно связаться с сотнями авиакомпаний, тысячами гостиниц и фирмами проката автомобилей, забронировать билеты на железнодорожные, морские и паромные перевозки, осуществить резервирование билетов на посещение всевозможных культурных мероприятий.

В табл. 1 приведены наиболее крупные и известные мировые системы бронирования и основные поддерживающие их авиакомпании.

Таблица № 1. Компьютерные системы бронирования GDS

|  |  |
| --- | --- |
| Система резервирования | Поддерживающие авиакомпании |
| Amadeus  Galileo  Sabre  Worldspan | Lufthansa, Iberia, Air France, SAS  United Airlines, British Airlines, KLM, Austrian  American Airlines  Delta Airlines, TWA |

В настоящее время в систему Amadeus включены две системы: System One (Continantal Airlines) и Start. К системам, совместимым с Galileo, относятся: Traviswiss, Travicom, TraviAustria.

В 1999 г. туристские фирмы и частные лица произвели более 30 млн бронирований через системы GDS, причем около 90 % приходится на наиболее крупные системы — Sabre, Amadeus, Galileo и Worldspan. Более 30 тыс. гостиниц по всему миру значительно повышают свою загрузку благодаря системам GDS.

Практически все западные турагентства пользуются услугами GDS, так как это является одним из условий успеха в туристском бизнесе.

До недавнего времени в России в основном использовались отечественная система бронирования билетов «Сирена» и ее модификации, а также системы Gabriel и Gets. Терминалы Gabriel распространены более чем в 500 российских агентствах, но к настоящему времени они уже морально устарели. На смену им приходят современные системы бронирования (GDS). В 1994 г. в России открылись первые представительства компаний Amadeus и Worldspan. В 2000 г. компания Amadeus насчитывала в качестве пользователей 250 турфирм, из них в Москве — 183, в Санкт-Петербурге — 35. В июне 1997 г. заключено соглашение о сотрудничестве между Amadeus и авиакомпанией «Аэрофлот — Российские международные авиалинии», предусматривающее замену терминалов Gabriel системой Amadeus. В ближайшее время прогнозируется быстрый рост числа российских пользователей системы Amadeus. На российском рынке появилась также Windows-версия Amadeus — Pro Tempro.

Глобальные распределительные системы начинают завоевывать и российский рынок. Фирма «Рек-Софт» (Санкт-Петербург) разработала информационную систему «Реконлайн», которая обеспечивает подключение к глобальным системам бронирования Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, причем подключение к глобальным системам и их эксплуатация через «Реконлайн» обходятся дешевле прямого подключения к GDS.

Имеется также опыт создания локальных систем бронирования туров. Компания Genesis Net и туристская справочная служба «Знак вопроса» разработали систему бронирования туров Genesis Net, которая обеспечивает деловые контакты туроператоров и турагентов. База данных о турах постоянно обновляется в режиме online, турагенты могут забронировать нужные путевки, а оплата производится непосредственно в офисе. Система находится в стадии становления, и число ее абонентов пока невелико (около сотни туроператоров и турагентов).

2.2 Система бронирования Amadeus

Система бронирования Amadeus создана в 1987 г. крупнейшими европейскими авиакомпаниями Air France, Iberia, Lufthansa, SAS и является одной из самых больших и распространенных систем резервирования. Центр сети находится в Германии (около Мюнхена).

В настоящее время Amadeus — ведущая компьютерная система бронирования в Европе. В результате приобретения в 1995 г. системы бронирования System One она активно продвигается и на американский рынок. Авиакомпания Continental Airlines стала совладельцем компании Amadeus. Партнером Amadeus является немецкая система бронирования туруслуг Start и любой пользователь Amadeus автоматически является также пользователем Start. По объему международных бронирований эта система самая крупная в мире. Ее услугами пользуются более 70 % турагентств Европы, и 36 млн путешественников используют Amadeus каждый день. Amadeus предоставляет самый разнообразный сервис, включающий взаимодействие с авиакомпаниями, железнодорожными и паромными перевозками, прокатом автомобилей, отелями, а также оказывает дополнительные услуги, например страхование туристов и пр. Amadeus пользуются более 30 тыс. турбюро (это свыше 100 тыс. терминалов), более 400 авиакомпаний (это примерно 60 тыс. терминалов). На российском рынке в настоящий момент Amadeus является лидером по объемам продаж: в 2000 г. число бронирований возросло на 51 % по сравнению с 1999 г. и достигло 1,1 млн.

Система Amadeus включает ряд стандартных и несколько дополнительных модулей:

Amadeus Air осуществляет бронирование полетов более 700 авиакомпаний;

Amadeus Car обеспечивает бронирование автомобилей в 128 странах мира (4600 различных пунктов);

Amadeus Hotel позволяет получить информацию более чем о 51 тыс. отелей по всему миру (в том числе о московских гостиницах «Метрополь», «Балчуг» и др.), а также обеспечить бронирование мест в них;

Amadeus Ferry (паромные переправы) предоставляет широкий набор услуг путешествующим на пароме;

Amadeus tickets позволяет бронировать билеты на спортивные и культурные мероприятия, причем в среднем осуществляется более 300 бронирований ежедневно;

Amadeus Videotext является новинкой электронной связи между турагентами и потребителями;

Amadeus Pro Tempo обеспечивает поиск гостиницы по выбранным достопримечательностям;

Hotel Mapping выводит на экран монитора карту местности, на которой обозначено месторасположение интересующей клиента гостиницы.

В дополнение к использованию непосредственно самой системы Amadeus пользователям предлагается установка популярной back-office программы Jack, которая адаптирована для России. Программа Jack разработана фирмой Bewotec, имеет интерфейс с Amadeus и другими системами бронирования, фактически обеспечивает автоматизацию работы турагентства, поддерживает около 100 выходных отчетов. Все модули являются совместимыми и могут функционировать как изолированно, так и наращиваться и обновляться в любое время.

Подключение к системе Amadeus осуществляется по различным вариантам.

1. Стационарное подключение через выделенные линии связи.

2. Телефонная версия Dial-Up.

3. Подключение через Интернет, которое обеспечивает: доступ к центральному серверу Amadeus;

доступ к московскому серверу Amadeus;

открытие на сайте турагентства собственной системы бронирования;

доступ к системе через терминалы «Сирена-2.3»;

беспроводное подключение к системе с помощью мобильного телефона.

4. К первому и второму вариантам программ относятся front-office система Amadeus Pro Tempo и дополнительные (пользовательские) приложения:

Pro Zoom осуществляет анализ эффективности деятельности агентства и ведение статистики;

Pro Script обеспечивает создание собственных удобных интерфейсов, меню и макрокоманд;

Nego Fares обеспечивает работу по конфиденциальным и корпоративным тарифам, при этом возможна как самостоятельная загрузка агентствами льготных тарифов для своих клиентов, так и получение доступа к специальным ценам авиакомпаний;

Amadeus MTL (Manual Local Ticketing) предназначена для автоматической печати билетов на бланках ручной выписки на матричном принтере, используется 26 готовых масок билетов. Использование этой программы позволяет обойтись без дорогостоящих специальных принтеров для печати билетов;

Speed Mode обеспечивает повышение производительности работы путем минимизации количества необходимых транзакций;

Value Pricer позволяет оптимизировать поиск сложных вариантов перелета и по запросу пользователя выдает до четырех вариантов различных комбинаций авиатарифов с учетом наилучших вариантов стыковок и маршрутов;

On-line — обширная справочная система оперативной информации и т.д.

Расходы по обеспечению стационарного подключения включают установку терминалов (80 долл. за основной терминал и 30 долл. за дополнительные), оплату выделенного канала и услуг связи SITA, абонентскую плату, которая зависит от числа подключенных терминалов, вида используемого оборудования и других факторов. Для этого подключения задано число обязательных сегментов бронирования, все бронирования свыше определенного числа осуществляются системой бесплатно.

Третий вариант подключения к системе Amadeus через Интернет представлен следующими продуктами:

Pro Web — это полный функциональный аналог системы Pro Tempo, использующий доступ к центральному серверу Amadeus через Интернет; при этом подключении отсутствует сегментная норма бронирования; примерная стоимость подключения на сегодняшний день составляет 120 долл. за полугодие или 200 долл. в год;

Pro Client Server обеспечивает доступ к московскому серверу Amadeus через Интернет, разовая плата — 200 долл. в год, ежемесячная норма — 100 сегментов на 15 терминалов;

IA-Res дает возможность открытия на сайте турагентства собственной системы бронирования авиабилетов, гостиниц, резервирования автомобилей.

Четвертый вариант подключения к системе Amadeus предусматривает использование терминалов системы «Сирена-2.3». Абонентская плата при таком варианте подключения составляет примерно 30 долл. в месяц. Если учесть, что в России имеется 6000 терминалов «Сирены», то уже в ближайшее время можно ожидать резкого увеличения числа пользователей Amadeus.

Пятый вариант подключения Amadeus стал возможен после заключения соглашения между компаниями Amadeus и Ericsson о развитии беспроводного подключения (Wireless Travel Management Services). В результате реализации этого проекта пользователи мобильного телефона Ericsson (протокол WAP) со встроенным экраном смогут получать услуги системы Amadeus напрямую.

На американском рынке уже прошла тестирование и внедряется система E-ticketing, при которой клиент осуществляет бронирование через Amadeus в режиме on-line, а билет получает в аэропорту. В настоящее время такую услугу предоставляют уже 20 авиакомпаний.

Система Amadeus поддерживает набор справочников, в том числе:

клиентов;

сотрудников;

операторов или поставщиков услуг, при этом в состав хранимых реквизитов входят также условия контракта, т. е. размеры агентского вознаграждения за каждый вид предоставленных услуг, условия аннулирования заказа, сроки оплаты турпродукта и т. п.;

типов путешествий, используемого транспорта и направлений с возможностью получения подробной статистики;

отелей с их описаниями и графическими слайдами (дополнительный модуль);

стандартных форм для работы с блоками мест на различные услуги (дополнительный модуль);

международных кодов государств, городов и авиакомпаний.

Система Amadeus предоставляет широкий спектр услуг, в том числе:

автоматическое заполнение и печать бланков ручной выписки билетов на все основные авиакомпании, представленные на российском рынке; доступ к конфиденциальным тарифам, вводимым крупнейшими авиакомпаниями (Lufthansa, Air France, Alitalia, SAS, «Трансаэро») для своих клиентов самостоятельно;

возможность отправки информации непосредственно из системы (расписание, подтверждение бронирования, маршрут, счет для оплаты и т.д.);

возможность создания собственной базы данных о тарифах, полученных от авиакомпаний;

возможность использования более 100 стандартных отчетов, кроме того, встроенный язык программирования позволяет создать любые недостающие пользователю документы, в том числе и для рассылки по электронной почте.

Достоинствами системы являются:

высокая стабильность независимо от объема обрабатываемых данных;

удобный и многофункциональный интерфейс;

высокая гибкость администрирования системы, в частности определение прав пользователей, наличие индивидуальных настроек, ведение подробного системного журнала и т.п.;

полный контроль по взаиморасчетам, с помощью которого осуществляется мониторинг всех операций по взаиморасчетам с клиентами и поставщиками. Модуль «Открытые платежи» позволяет иметь полную картину дебиторской и кредиторской задолженности за любой период, а также по отдельным видам бронирования;

возможность автоматического импорта любого резервирования, сделанного через Amadeus, в базу данных туристского предприятия. При этом печать отчетов, накладных, счетов, счетов-фактур, ваучеров, подтверждений и любых других документов выполняется автоматически. База данных билетов обеспечивает поиск данных по широкому спектру запросов пользователя, в частности, критериями поиска могут быть дата выписки билета, номер и тип билета, коды клиента, авиакомпании и сотрудника, номер бронирования, а также различные сортировки.

В 2000 г. выпущена новая версия Pro Tempo, которая предусматривает ряд новых функциональных возможностей, в частности позволяет:

передавать информацию клиентам по E-mail непосредственно с экрана Pro Tempo или факсимильно;

использовать простейший графический доступ к системе AIS (Amadeus Information System);

осуществлять поиск подходящей гостиницы относительно ее месторасположения к городским достопримечательностям;

оформлять и печатать страховые полисы на бланках ОСЛО «Ингосстрах» с автоматическим расчетом суммы страховой премии в долларах и рублях.

В настоящее время разработана программа интеграции системы Amadeus с бухгалтерской программой 1С, что обеспечивает выполнение новых функций:

учет бланков авиабилетов, переданных на реализацию партнерам;

осуществление операций не только по продаже, но возврату и обмену авиабилетов;

расчет скидок;

автоматическое формирование отчетов в авиакомпании;

составление аналитических и статистических отчетов.

В последние годы система Amadeus активно выходит на российский рынок туристских услуг и является самой динамично развивающейся компьютерной системой бронирования в России.

По данным на начало 2001 г., в России с Amadeus работают более 600 туристских агентств, имеющих более 200 офисов, а общее число подключенных к системе терминалов составляет около тысячи. Около 300 терминалов подключены к системе через Интернет. В 2000 г. через терминалы, подключенные к системе Amadeus, было сделано около 1 млн бронирований.

В России система Amadeus представлена двумя офисами в Москве и Санкт-Петербурге. Однако Amadeus активно продвигается и на региональные рынки. Так, в настоящее время Amadeus работает с турагентствами в таких городах, как Тольятти, Новосибирск, Мурманск и др. В системе представлены 11 российских авиакомпаний, в том числе «Аэрофлот», «Трансаэро» и др. Ряд региональных перевозчиков, такие, как «Пулковские авиалинии», «Самарские авиалинии», «Сибирь» и другие, активно сотрудничают с системой Amadeus.

2.3 Система бронирования Galileo

Система Galileo — одна из величайших CRS в мире, основана в 1987 г. авиакомпаниями British Airways, Swissar, KLM и Covia, к которым несколько позже присоединились Alitalia и Austrian Airlines. В настоящее время в компании 3 тыс. служащих, а ее центр находится в Денвере (штат Колорадо, США). Компания Covia, имевшая свою собственную систему Apollo, переориентировала своих пользователей на Galileo, и в 1993 г. система Galileo объединилась с системой Apollo в одну и получила название Galileo International. В новой компании примерно 50 % капитала принадлежит североамериканским авиакомпаниям и 50 % — европейским. Система Apollo широко используется в США, Мексике, в меньшей степени в Японии. Система Galileo распространена в ста странах мира, в том числе в Европе насчитывается более 150 тыс. терминалов этой системы.

Сервис сети позволяет обеспечивать туриста и турагента информацией о туристских продуктах и услугах, предусматривает автоматизацию как самого процесса бронирования авиабилетов, так и заказ дополнительных услуг, прямой обмен сообщениями. Более 80 крупнейших гостиничных компаний, таких, как Raddison, Hilton, Holidays, связаны с сетью и позволяют турагентам бронировать гостиничные места.

В декабре 1999 г. компания Galileo официально открыла свое представительство в России. Кроме того, с 1997 г. работают две дистрибьюторские компании East Line и Galileo Rus. В настоящее время в системе Galileo работают более 100 агентств, в том числе компании «Интурист», «Интураэро», «Ланта-Тур», «Интуртранс», «Трансглоб», «Олби-Турс», «Альфа-Омега», «Грифин Трэвел» и др.

Существуют два варианта подключения к системе: стационарное и через Интернет.

Стационарная система Focalpoint базируется на линиях связи SITA, абонентская плата составляет 290 обязательных сегментов в месяц и более. Стационарная версия предусматривает следующие бесплатные дополнительные программы:

Frame Relay — для автоматизации трудоемких процессов;

View Point — графический интерфейс, последняя версия позволяет работать как со стандартными, так и с конфиденциальными тарифами авиакомпаний;

E-Cruis — просмотр в режиме on-line наличия мест и цен нескольких круизных компаний;

Galileo Print — для печати билетов на матричном принтере;

Galileo Maps — для просмотра бронируемых отелей на интерактивной карте;

Fare — для доступа к различным тарифным группам, включая специальные.

В Интернет-варианте подключение осуществляется с помощью системы Focalpoint Net, которая является полным функциональным аналогом стационарной версии и может работать как в однопользовательском, так и в многопользовательском режимах. Стоимость подключения через Интернет составляет 200 долл. в год за [первый терминал и 100 долл. за последующие. Возможно также создание системы бронирования в режиме on-line на агентском сайте с помощью интернет-приложения Travelpoint.com. Установка этого приложения для агентств—пользователей Galileo осуществляется на договорной основе и является бесплатной.

Программа автоматизации деятельности туристских агентств Galileo Office разработана специально для российского рынка, содержит различные базы данных, осуществляет обмен информацией с системой бронирования Galileo, производит разнообразные отчеты, печать билетов и т.д.

2.4 Система бронирования Worldspan

Система Worldspan появилась в результате объединения компьютерной системы бронирования PARS европейского отделения американской авиакомпании TWA и КСБ DAT AS американского авиаперевозчика Delta Airlines. Контрольный пакет акций Worldspan принадлежит компании Delta Airlines, центр управления системой находится в г. Атланта (США). Worldspan — самая распространенная система бронирования в Америке, занимает третье место по популярности в Европе после Amadeus и Galileo и расширяет сферы влияния на Ближнем Востоке и Южной Азии. Представительство КСБ Worldspan действует в России с 1995 г. и в настоящее время проводит активную маркетинговую политику и на российском рынке, рассматривая наш рынок как весьма перспективный.

Worldspan — информационная система, осуществляющая резервирование главным образом на авиатранспорте (487 авиакомпаний), а также в отелях (39 тыс. гостиниц и 216 гостиничных сетей), экскурсионных бюро, театрах и других предприятиях культуры, компаниях по сдаче в аренду автомобилей (45 основных фирм проката). Worldspan позволяет также получить всю необходимую справочную информацию, связанную с путешествиями и туризмом. В настоящее время системой пользуются более 25 тыс. туристских фирм по всему миру.

Worldspan предоставляет агентам возможность выбирать оборудование в соответствии с их запросами. На сегодняшний день Worldspan обеспечивает надежную и устойчивую связь с базой данных компании через два варианта подключения. Первый вариант — это выделенный канал связи British Telecom, предполагающий в качестве условия подключения ежемесячное бронирование 400 сегментов.

Второй вариант — Worldspan Net, является полным функциональным аналогом стационарной версии, но в качестве канала связи он использует Интернет. Это подключение целесообразно для малых и средних туристских фирм, имеющих небольшой объем бронирования. На май 2001 г. к системе Worldspan Net подключено более 150 агентств. Основные преимущества этого варианта заключаются в том, что возможно подключение через обычные телефонные линии без выделенного канала связи, отсутствует сегментная норма бронирования, предусматривается ежегодная оплата за работу на сайте 240 долл., обеспечивается совместимость со стандартными продуктами Microsoft Office. Возможно три режима подключения к сайту Worldspan Net:

с упрощенным интерфейсом для рядовых пользователей;

intermediate, предполагающий работу со стандартными CRS-командами;

профессиональный — аналог стационарной системы.

В последнее время Worldspan, одна из первых систем бронирования, начала активно продвигать туристские интернет-технологии в области электронной коммерции (e-commerce). Следует отметить прежде всего интернет-аналог самой системы Worldspan Net, а также Gateway Plus и Dates&Destinations, которые поддерживаются компанией. Программа Dates&Destinations позволяет создавать так называемые Internet Booking Engine (IBE) — систему бронирования через Worldspan на сайте турагентства в Интернете. В этом случае клиент самостоятельно может выбрать авиарейс и отель и осуществить их бронирование. По такой системе предпочтительна работа с корпоративными клиентами, которую осуществляет, например, туристская компания «Аэрос» (www.aeros.msk.ru). Worldspan является провайдером популярных электронных агентств Expedia и Preiceline. Эти новые тенденции весьма привлекательны для малых и средних туристских фирм и являются перспективными направлениями развития интернет-технологий в туризме.

Из дополнительных возможностей, предлагаемых пользователям Worldspan, следует упомянуть Worldspan Power Pricing, которая позволяет рассчитать самую низкую стоимость как забронированного маршрута, так и просчитать другие возможные варианты маршрутов, Worldspan View предоставляет различные биржевые сводки и презентации на экране стандартного формата, Worldspan Xtra предлагает различные виды услуг с той же самой станции. Worldspan имеет информацию о российских авиакомпаниях: «Аэрофлот», «Трансаэро», которые входят в третий уровень доступа (direct access).

2.5 Система бронирования Sabre

Система Sabre была создана в 1964 г. авиакомпанией American Airlines, а в 1976 г. была создана подсистема бронирования гостиничных мест. Центр сети находится в Оклахоме (США). Сеть Sabre включает более 114 тыс. турагентов в более чем 27 тыс. регионах мира. Она обеспечивает резервирование авиа- и железнодорожных билетов, мест в отелях и др.

На сегодняшний день пользователям предлагается несколько вариантов подключения к системе: Planet Sabre, Turbo Sabre, Net Platform.

Planet Sabre предоставляет пользователям простой и наглядный графический интерфейс и экранные шаблонные формы, интегрирована с Интернетом.

Turbo Sabre позволяет агентствам создать свою собственную среду, удобную для работы и поддерживающую множество дополнительных средств — конфиденциальные тарифы, пользовательские базы данных, электронную почту, связь с Интернетом.

Net Platform — система бронирования в сети Интернет, рассчитанная на использование малыми и средними агентствами.

В настоящее время имеются комплексы программ обеспечения конфиденциальности и электронная почта.

Sabre Evision позволяет получать в режиме диалога цветные изображения и точные географические карты тех мест, куда направляются туристы. Эта программа может входить в программное обеспечение любой рабочей станции, если она подключена к сети Sabre.

С 1998 г. в России работает финансовый управляющий Sabre по Центральной и Восточной Европе, но до настоящего времени представительство Sabre в нашей стране не создано. Можно предположить, что продвижение Sabre на российский рынок сдерживает неразвитость сферы электронных услуг бронирования в России, отсутствие практикуемой во всем мире централизованной системы финансовых расчетов агентств и провайдеров — BSP (Bank Settlement Plan) и др.

2.6 Российские компьютерные системы бронирования

В России существует ряд отечественных систем бронирования, которые используются в туристском бизнесе. Широко распространенная система «Сирена» предназначена для резервирования авиабилетов, и в настоящее время имеется около 6 тыс. ее терминалов по всей стране. Система «Ключ» предназначена для заказа мест в российских гостиницах.

В настоящее время Главное агентство воздушных сообщений (ГАВС) разрабатывает компьютерную систему бронирования туруслуг, названную Глобальной распределительной системой (ГРС), которая обеспечит возможность авиакассам и турагентствам бронировать как рейсы всех российских авиакомпаний, так турпакеты и отдельные сегменты туров — отели, трансферы, экскурсии. Создаваемая система будет базироваться на отечественной системе бронирования авиабилетов «Сирена-2000» и позволит объединить ресурсы авиаперевозчиков в единую сеть.

Система бронирования «Сирена». Первая отечественная автоматизированная система резервирования авиационных билетов «Сирена» разработана учеными АН СССР и специалистами Минприбора в 1972 г. Она обеспечивала минимизацию времени заказов и оформления авиабилетов, что позволило существенно улучшить качество обслуживания клиентов. В 1999 г. появилась система бронирования авиабилетов «Сирена-3». Накопитель «Сирены-3» рассчитан на терабайт (1000 Гб) информации, что выше объема накопителей большинства зарубежных систем бронирования. Скорость передачи информации составляет 3 с (независимо от удаленности абонента). Аппаратное обеспечение системы поставила фирма IBM, и в техническом отношении система бронирования «Сирена-3» вполне соответствует уровню современных европейских вычислительных комплексов.

Системный комплекс «Алеан». Программный комплекс «Алеан» представляет собой компьютерную систему бронирования и продаж туров в режиме реального времени. Он состоит из информационно-поисковой системы (ИПС) и системы бронирования и продаж (СБП) туристских услуг. Комплекс предлагает долговременную информацию о наличии реального числа мест на объектах размещения, об условиях бронирования и оплаты, позволяет подтвердить заказ и оформить куплю-продажу различных туристских услуг.

В системе «Алеан» предоставлена информация как непосредственно о домах отдыха и санаториях, так и о крупных туроператорах. База данных системы содержит описание и фотографии более 600 объектов, размещенных в Москве, Подмосковье, Краснодарском крае, Крыму, Кавказских Минеральных Водах, Чехии и др. Система позволяет просматривать цены реализации по объектам размещения и обеспечивает выход на сервер продающей услуги компании. Места в системе резервируются либо с гарантированной квотой, либо по запросу. Первые можно забронировать без подтверждения и сразу получить заявку, счет и ваучер. Вторые требуют подтверждения и сначала ставятся на лист ожидания, а после уточнения наличия свободных мест система подтверждает или аннулирует бронь, информируя об этом клиента обычно по электронной почте.

В системе «Алеан» предусмотрена система поиска подходящих объектов размещения по различным критериям, а именно: желаемый период времени заезда, регион, тип номера, диапазон цен и т. п. При этом система критериев ранжируется по их важности с точки зрения клиента: обязательное условие, достаточно важное, желательное, не очень важное, неважное и т.д. Первоначально поиск осуществляется по всем критериям одновременно. Если же соответствующий вариант размещения система не находит, то начинает отбрасывать менее важные критерии и осуществляет повторный поиск. Такой алгоритм позволяет максимально удовлетворить пожелания клиента.

Система позволяет приобрести как турпакеты, так и отдельные туруслуги, на основе которых формируют индивидуальные туры с учетом потребностей клиента. Комплекс имеет удобный дружественный интерфейс, информация системы доступна для любого пользователя Интернета и не требует установки специального программного обеспечения. В нем предусмотрены регистрация и вход в систему через пароль. Комплекс «Алеан» использует более 1300 агентств в различных городах России.

Единая компьютерная система бронирования турпакетов «МегаТИС». Система «МегаТИС» разработана совместно фирмами «Мегатек» и СФТ (Сообщество финансовых телекоммуникаций). До этого фирма СФТ представляла на рынке Туристскую инфор-мационную систему — ТИС.

Система «МегаТИС» позволяет получить полные описания туров, сведения о климате, обычаях и традициях стран, обеспечить выборку по конкретным запросам (курорт, категория отеля, длительность пребывания, цена и т.д.) и бронирование в режиме реального времени посредством связи с конкретным турагентством, а также обеспечить поиск партнеров. «МегаТИС» регламентирует время ответа клиенту и гарантирует ему ответ в течение дня.

Система нацелена на продвижение турпродуктов, а не конкретных компаний. В системе представлены туры только от туроператоров, чтобы клиент мог сначала выбрать тур, а затем турфирму, его реализующую. Информация о турах передается в систему «МегаТИС» непосредственно из офисной программы «Мастер-Тур», которую используют более половины крупнейших российских туроператоров.

В системе собирается различного рода информация о предпочтениях клиента и его активности на сервере (заказы, отзывы о поездках и т.д.). На основании этих данных зарегистрированным клиентам предоставляется скидка, а также регулярно делается рассылка новостей по тем категориям, которые клиент заказал для себя. Бронирование авиабилетов в системе не предусмотрено, но можно проверить их наличие и получить координаты для связи с агентством.

«МегаТИС» — это прежде всего дисконтная система, т. е. клиентам предлагаются продукты туркомпаний со скидкой от их розничной цены. На самом деле скидки дают сами компании, поскольку понимают, что они реально экономят на Интернет-клиенте.

Правила работы в «МегаТИС» состоят в следующем:

1. Туроператор не работает непосредственно с заказами клиентов, но имеет возможность контролировать исполнение заявок от «МегаТИС» своими агентами.

2. Подключение нового агента к продаже туров оператора осуществляется по письменной заявке оператора, при этом агент должен быть участником «МегаТИС».

3. Каждый турпакет, выставляемый на продажу, должен сопровождаться указанием размера скидки, которую определяет сам участник.

4. Полнота описания турпакета определяется самим участником. В определенных случаях администрация «МегаТИС» оставляет за собой право отказать участнику в публикации турпакета, стиль, качество описаний которого наносят ущерб имиджу системы.

5. Корректировка турпакета выполняется оперативно (в течение нескольких минут), если участник работает в системе «Мастер-Тур». В другом случае эта операция выполняется в течение нескольких часов с момента поступления запроса участника.

6. Если указанные в турпакете цены или описания услуг не соответствуют реальным, то такой турпакет снимается с продажи, а информация о данном событии становится доступной всем участникам и посетителям сервера.

Основным сервисом «МегаТИС» является переадресация клиентских заявок на туры агентам—участникам системы. Участникам предлагается два вида контрактов: оплата числа заказов (5 долл. за заказ), причем первые пять заказов в месяц бесплатно, либо отчисление комиссии за сделку, проведенную с помощью системы (0,5—1,5 долл. со сделки).

Горящие путевки на сервере исчезают из таблицы горящих путевок автоматически по мере наступления дат, указанных в этих путевках. Все зарегистрированные на сервере компании автоматически имеют статус Limited to 1. Этот статус дает право на размещение одной видимой в таблице горящей путевки. Это означает, что в конкретный момент времени в системе может быть бесплатно представлена только одна горящая путевка данной компании. Статус Unlimited (неограниченный лимит) дает право на размещение произвольного числа горящих путевок одновременно. Статус Unlimited стоит 5 долл. в месяц и может оплачиваться как ежемесячно, так и ежеквартально на условиях 100 % предоплаты. При окончании оплаченного периода «МегаТИС» автоматически присваивает компании статус Limited to 1 до момента следующей оплаты.

Для подключения к системе необходим лишь выход в Интернет. Дополнительного оборудования при этом не требуется. При регистрации участника системы получение пароля и имени участника осуществляется бесплатно, но дополнительные имя и пароль стоят 20 долл. в год. Размещение информации для участников, передающих информацию о турпродуктах непосредственно из системы «Мастер-Тур», бесплатное, дополнение информации о туре стоит 5 долл. Для компаний, подающих информацию в свободном формате, взимается 10 долл. за обработку и 5 долл. за размещение в квартал.

Существуют также специализированные туристские системы бронирования, которые предназначены для связи туроператор — турагентства, позволяющие бронировать готовые турпакеты в режиме реального времени. К ним можно отнести программы фирм «Туринтел», «Академсервис», «Тур Резерв», «Арим-Софт» и др.

Система заказа туров ВАО «Интурист». При наличии выхода в Интернет система обеспечивает заказ туров в режиме on-line. Если выхода в Интернет нет, то «Интурист» предлагает подключиться к интранет-сети ВАО «Интурист». Таким образом, по телефону через модем можно получить доступ в «Систему заказа туров», а через локальную сеть «Интуриста» можно просмотреть заказы без пароля, а также выписать путевки, счета, ваучеры по стандартным формам документов.

При наличии свободных мест (статус в продаже) система сразу же подтверждает заказ и автоматически уменьшает число оставшихся мест. Если пакет есть в продаже и его бронируют, то заказ получает статус МГ (места гарантированы), а после оплаты тура — статус МП (места подтверждены). Система обрабатывает заказ за 2 — 5 с, а обработка диспетчером заказа на бронирование вручную требует около 2 —4 ч.

В отдельных случаях можно купить авиабилет без тура или отель без билета. При наличии билетов и квоты мест заказ сразу же подтверждается системой. Через «Интурист» продают свои турпакеты и другие туроператоры.

Система бронирования фирмы «Натали-Турс». Одним из пионеров внедрения на российском рынке собственной электронной системы бронирования является известный российский оператор «Натали-Турс» (www.natalie-tours.ru). Для бронирования туров агентству необходимо пройти регистрацию и получить так называемые код агентства и пароль. Многие агентства «Натали-Турс» работают с туроператором именно через Интернет. В среднем число электронных броней составляет 75 % от общего числа заявок. Система осуществляет обработку заявки в режиме on-line. Клиент или агентство бронирует тур, получает подтверждение и счет, который может оплатить наличным или безналичным платежом. Кроме того, в режиме on-line можно отслеживать состояние оплаты, готовность виз, выписку авиабилетов и т.п. Однако отдельного бронирования авиабилетов система не предоставляет. Эта система бронирования туров отличается тем, что реально реализована возможность бронирования услуг в режиме on-line как для агентства, так и для конечного пользователя.

Система бронирования «Академсервис». В системе бронирования туров «Академсервис ДМС» (hotels.acase.ru) в режиме on-line можно получить информацию о странах, городах, отелях, выбрать и заказать тур, стоимость которого рассчитывается по заданным параметрам. При этом на экране отображается информация о реальном числе мест. Все бронирования отслеживаются специальным оператором и заносятся во внутреннюю общую базу. За не сколько минут можно получить подтверждение заказа с автоматическим уменьшением квоты мест. Свыше предоставленной гостиницами квоты бронирование происходит по запросу, т. е. заказ подтверждается в течение дня. В настоящее время в системе доступно для бронирования около 300 отелей. Оплата осуществляется наличным платежом в центральном офисе и в офисах уполномоченных агентств или по безналичному расчету с выпиской счета. Система бронирований осуществляется в режиме off-line, так как покупатель должен ждать подтверждения, а затем, оплачивая, получить ваучер. При бронировании авиабилетов заказ подтверждается в течение суток, при этом оплату необходимо произвести в течение 48 ч.

Турфирмы могут бронировать туры в режиме on-line и автономно, а также через систему автоматизации деятельности турагентства Travel Agent-2000, установка которой в офисе дает возможность автоматически перенести в свой компьютер результаты бронирования с сервера и на их основе вести офисную документацию. Общение с представленными в системе объектами размещения осуществляется в зависимости от их технической оснащенности (телефон, факс, электронная почта). При этом сами объекты размещения к системе бронирования не подключаются.

Система резервирования «Кипарис». В 2000 г. собственную систему резервирования «Кипарис» представило Сочинское курортное объединение (СКО). Сервер разработан петербургской компанией Digital Design. Цель создания системы — организация четкого механизма резервирования мест и услуг, предоставления возможностей оперативного поиска подходящих предложений и бронирования мест. Система резервирования «Кипарис» позволяет бронировать места в восьми санаториях города («Сочи», «Красмашевский», «Россия», «Аврора», «Зори России», «Нева», «Известия», «Южное взморье»). Планируется расширить базы данных сайта до 25 объектов. Для подключения к системе резервирования «Кипарис» турагент заключает договор с СКО и получает возможность формирования заявок и выписки счетов на оплату, постановки заявок на лист ожидания, контроля платежей, внесения персональной информации об отдыхающих, распечатки ваучеров. Оплата услуг возможна как по безналичному расчету через банк (в системе имеется модуль автоматического отслеживания платежей), так и с внутрисистемного авансового счета, на который клиент перечисляет депозит. Пользователям системы предлагаются выгодные условия работы — скидки, бонусы (гарантированные места в летний период). На сегодняшний день с системой резервирования «Кипарис» сотрудничают около 120 туристских компаний, к летнему сезону 2001 г. их число возрастет до 200— 300 по всей России.

Система бронирования фирмы «Европа-2000». Система бронирования фирмы «Европа-2000» (www.uae.ru) работает также в режиме off-line, и большинство бронирований идет по факсу или электронной почте. Данные по электронным бронированиям переносятся в общую базу заявок, а фирме высылается подтверждение получения брони по факсу с указанием стоимости поездки и сроков оплаты. Предоставляется также возможность получения сведений о наличии свободных мест в гостиницах. В процентном соотношении Интернет-бронирование составляет около 5 % от общего объема.

Телекоммуникационная сеть RusNet. Телекоммуникационная сеть RusNet разработана с учетом возможностей отечественных средств связи и ориентирована как на туроператоров, так и на турагентов. К функциональным возможностям сети относятся следующие:

реализация туров;

реализация горящих путевок, авиабилетов, мест в отелях;

осуществление взаиморасчетов по системе Escrow;

реализация различных возможностей страхования;

проведение рекламной компании и маркетинга рынка туристских услуг;

обеспечения факс-модемной связи пользователя практически со всем миром и предоставления услуг электронной почты.

Эта сеть поддерживается международной страховой компанией “ИНКО”, НПП «Инфокомсервис» и Российской ассоциацией независимых туроператоров (РАНТ).

2.7 Выбор системы бронирования

В настоящее время вопрос о необходимости подключения к глобальным системам бронирования и резервирования для многих туристских предприятий остается весьма актуальным. Принятие решения о подключении должно приниматься прежде всего на основе анализа основных функций и задач конкретного предприятия туризма, а также с учетом общего объема производимых фирмой бронирований.

Как показывает практика, использование GDS в российских турфирмах сводится обычно либо к бронированию и продаже авиабилетов, либо к бронированию отдельных туруслуг в составе индивидуальных туров.

В первом случае выбор системы бронирования и резервирования, к которой целесообразно подключиться фирме, обычно сводится к следующему. Проводится анализ объемов продаж авиабилетов по направлениям и предпочтительным авиакомпаниям. Исходя из этого предпочтение отдается терминалам той системы и авиакомпании, по которой идет максимальный объем реализации авиабилетов и в которой доступны специальные тарифы наиболее часто продаваемой авиакомпании.

В случае необходимости бронирования отдельных сегментов туров критерием выбора системы бронирования может служить соотношение цена—качество предоставляемой услуги. В настоящее время практически все зарубежные системы GDS предлагают пользователям разнообразные варианты подключения, доступные как по цене, так и по техническим возможностям практически любому туристскому предприятию.

Понятие «качество услуги», предоставляемой глобальными системами бронирования и резервирования, характеризуется следующими параметрами:

удобством системного интерфейса, в частности, иногда решающее значение имеет наличие русифицированной версии;

скоростью и стабильностью работы системы;

предлагаемым способом подключения к системе;

совместимостью с отечественными офисными и бухгалтерскими программами;

наличием доступа к специальным тарифам авиакомпаний, гостиниц и т.п.;

используемой в системе технологией оплаты и аннулирования заказа и т.д.

Технически существует несколько способов подключения фирм к глобальным системам бронирования и резервирования, в том числе: по выделенной линии; по коммутируемой линии (дозвон до Интернет-провайдера по телефону); по прямому каналу, соединяющему офис с Интернет-провайдером; через терминалы системы «Сирена»; беспроводное подключение к системе с помощью мобильного телефона.

Подключение по выделенной линии предусматривает прокладку специальной линии связи между офисом фирмы и локальным узлом сети передачи данных SITA. Этот вариант подключения, с одной стороны, обеспечивает высококачественную связь, а с другой стороны, достаточно дорог. Вследствие этого такой вариант подключения целесообразно использовать для тех туристских предприятий, которые активно и постоянно используют системы бронирования и резервирования. Только в этом случае будет обеспечен необходимый экономический эффект от использования GDS.

Подключение по коммутируемым каналам предусматривает использование обычных телефонных линий и установку специализированного программного обеспечения для эмуляции терминала. Качество подключения к системе GDS полностью зависит от качества телефонной связи, а число рабочих мест определяется числом свободных телефонных номеров в фирме. Такой вариант подключения достаточно недорог и целесообразен для туристских предприятий, имеющих небольшой объем бронирований.

Подключение по прямому каналу практически ничем не отличается от подключения по коммутируемым линиям, но обеспечивает более высокое качество связи и скорость работы, а также уменьшает плату за коммуникационное оборудование.

Компьютерные системы бронирования обладают рядом преимуществ перед другими каналами сбыта продукции и услуг в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Они предоставляют возможность производить бронирование в самые короткие сроки и осуществлять визуальный просмотр резервируемых гостиничных мест, а также схемы расположения мест на транспортных средствах. Компьютерные системы бронирования обеспечивают экономию расходов на телефон, факс, осуществляют строгий финансовый учет и контроль выполняемых операций, анализ сбытовой деятельности на основе статистических данных, предоставляемых компьютером и т.д.

Стратегия деятельности гостиничных компаний, работающих на международном рынке, заключается в объединении возможностей внутригостиничных компьютерных систем, позволяющих увеличивать доходы от продажи гостиничных мест, с мощными системами бронирования, имеющими возможность подключаться к глобальным компьютерным сетям и использовать электронное оборудование по бронированию третьего поколения. Такие системы должны предоставлять подробную информацию (графическую и в виде фильма) в пункте бронирования (продажи) и максимально облегчить и ускорить процесс продажи. Уже сейчас создана технология, позволяющая пользоваться банком данных всех глобальных компьютерных систем через один терминал.

Среди вариантов подключения к системам GDS чаще всего используются выделенные линии и коммутируемые каналы. Подключение по выделенной линии требует прокладки специальной линии связи между офисом конечного пользователя и локальным узлом сети передачи данных. Для этих целей обычно применяется сеть SITA. В офисе пользователя устанавливаются специальные терминалы бронирования какой-либо системы GDS. Применение такой технологии обеспечивает высокое качество связи, но при этом обычно устанавливается сегментная абонентная плата. Этот вариант подключения целесообразен только для активно работающих турфирм с большими объемами бронирований и продаж.

Для подключения по коммутируемым каналам используют обычные телефонные линии. В офисе пользователя устанавливают специализированное программное обеспечение для эмуляции терминала соответствующей GDS. Такой вариант подключения существенно проще и дешевле, но качество связи полностью зависит от работоспособности телефонных сетей. В связи с этим данный способ обычно используют турфирмы с небольшими объемами бронирований. На сегодняшний день интенсивно развиваются так называемые ВАЛ-технологии, дающие возможность использовать для электронной коммерции мобильные телефоны и пейджинговую связь. Такова система Galileo Anywhere, благодаря которой Интернет всегда «лежит в кармане» агента. При наличии мобильного телефона или пейджера последний может видеть, изменять или аннулировать ранее сделанное бронирование. В системе Galileo также скоро появится продукт XML Select, который позволит создавать клиентам максимально удобные условия для заказа услуг на родном языке.

Следует отметить, что распространение отечественных КСБ ограничивается замкнутостью этих систем в пределах государственных границ России, а также отсутствием договорных отношений с объектами размещения в других странах, требующих визового въезда. В отличие от зарубежных систем бронирования отечественные системы предоставляют меньше функциональных возможностей и не обладают столь необходимой гибкостью в управлении процессом реализации билетов в зависимости от текущей коммерческой ситуации. Перевозочные документы Транспортной клиринговой палаты (ТКП) хотя теоретически и соответствуют стандартам IATA, но по существу не удовлетворяют требованиям этой международной организации, в том числе и относительно соблюдения прав пассажира. В связи с этим большее распространение получили зарубежные системы бронирования, технический уровень и соответствие стандартам которых значительно выше.

3. Информационные технологии в системах управления гостиницы Орзу

3.1 Общая характеристика гостиницы Орзу

Сеть гостиниц Орзу состоит из двух гостиниц, расположенных в жилом квартале в центре Ташкента. Недалеко от гостиниц расположены рестораны и кафе, предлагающие меню как национальной, так и европейской кухни, главные достопримечательности города и правительственные учреждения находятся в пяти минутах езды от гостиницы. Удобное местоположение и дружелюбный персонал делают гостиницу привлекательным местом пребывания для многих туристов и гостей столицы. Гостиница находится под управлением туристического агентства Долорес Тур и рекомендована книгой-путеводителем Lonely Planet Guide как одна из лучших и недорогих гостиниц Ташкента.

В Гостинице имеется:

Круглосуточная администрация

Конференц-залы

Бизнес центр

Ресторан и бар

Прачечные услуги

Транспортировка в аэропорт

Возможность оплаты кредитными карточками

Ташкент, столица Узбекистана, является одним из деловых и туристических центров Средней Азии. В этом современном городе с населением превышающим 2.3 миллионов человек - четвертом по величине городом в СНГ после Москвы, Санкт-Петербурга и Киева, берет начало 2х тысячелетняя история региона, по которому проходил Великий Шелковый Путь. Город предлагает гостям множество площадей, музеев, здания старинной и современной архитектуры. Никого не оставит равнодушным старый город с красочным Восточным Базаром и со старинными глинобитными домами расположенными на узких улочках/

С точки зрения организации и управления гостиницы представляют собой сложные системы, которые состоят из различных взаимосвязанных служб. К основным типовым службам относятся: служба управления номерным фондом; административная служба; коммерческая служба; служба питания; инженерно-технические службы; вспомогательные службы.

Служба управления номерным фондом в гостинице Орзу осуществляет основные бизнес-процессы по приему и обслуживанию гостей, и во многом именно она определяет качество предоставляемых услуг. С этой точки зрения эта служба является одним из основных объектов, в первую очередь подлежащих автоматизации. В состав этого подразделения входят работники службы приема и размещения (front-office), персонал по обслуживанию номерного фонда (housekeeping), объединенная сервисная служба, включая швейцаров, посыльных, носильщиков, водителей автомобилей, службу безопасности и др.

К основным функциям службы относятся: бронирование номеров; прием, регистрация и размещение гостей; прием оплаты за предоставленные услуги и оформление необходимой документации при выезде гостей; оказание разнообразных бытовых услуг гостям; поддержание санитарно-гигиенического состояния номеров.

Административная служба осуществляет основные бизнес-процессы, связанные с управлением гостиничным комплексом в целом, координацией деятельности всех служб отеля, решением финансовых вопросов и кадрового обеспечения, контрольные функции и т. п. В состав этой службы входят директор и топ-менеджеры отеля, бухгалтерия, финансовая служба, отдел кадров и др. С точки зрения информационных процессов эта служба представляет собой то ядро, которое должно объединять информационно воедино все службы отеля. Работники этого блока имеют наиболее полные права доступа ко всей информации, функционирующей в системе управления отелем.

Коммерческая служба в гостинице Орзу представлена отделами маркетинга и рекламы, которые выполняют задачи, связанные с исследованием рынка, конкурентов, выявлением потребностей постоянных и потенциальных гостей, разработкой и реализацией рекламных компаний, мероприятиями по связям с общественностью и т.п. Основная цель службы — продвижение существующего гостиничного продукта, а также выработка предложений по созданию новых видов услуг, которые с высокой степенью вероятности будут востребованы на рынке. С информационной точки зрения основной блок необходимой для работы информации предоставляется службой приема и размещения. Именно на базе этих данных проводятся маркетинговые исследования.

В службу питания входят рестораны, бары, предприятия быстрого питания, кафе, буфеты и т. п. Эта служба предоставляет одну из основных услуг — приготовление и реализацию пищи, которая входит в состав комплексного гостиничного продукта. В структуре гостиничного предприятия это одна из важнейших служб, непосредственно осуществляющая обслуживание гостей. Информационно служба питания является относительно самостоятельной структурой, но тем не менее связана со службой приема и размещения, так как планирование и прогнозирование объемов продаж непосредственно зависит от числа гостей.

Инженерно-технические службы занимаются обслуживанием систем тепло- и водоснабжения, кондиционирования, электротехнических устройств, систем связи и телевещания и т.п. С точки зрения управления этой подсистемой основное внимание должно уделяться автоматизации управления технологическими процессами. Информационно эта служба связана со службой управления номерным фондом, откуда обычно поступает информация о возникших технических неисправностях в номерном фонде.

Вспомогательные службы предоставляют дополнительные платные услуги. Сюда могут быть отнесены бизнес-центр и прачечная. Эти службы информационно связаны со службой приема и размещения, куда поступает информация о полученных дополнительных услугах, стоимость которых учитывается при оформлении счета гостя.

Организовать работу гостиничного комплекса с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями можно только с использованием современных компьютерных технологий. Вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, регистрации и размещения гостей, расчетов с ними, агентами, туроператорами является весьма актуальным для российских гостиниц. Автоматизацией управления гостиничными комплексами занимались еще несколько десятилетий назад в эпоху создания первых автоматизированных систем управления предприятиями. Тогда преимущественно осуществлялась разработка индивидуальных информационных систем на заказ для конкретной гостиницы. Такого рода подход практикуется и сейчас, но он не является перспективным, так как создавать заказные системы стало экономически невыгодно. Кроме этого, к настоящему времени разработано достаточно много различных систем управления гостиничными комплексами как зарубежных, так и отечественных, среди которых можно выбрать наиболее подходящую. При необходимости всегда можно сделать дополнительные доработки с учетом особенностей функционирования конкретной гостиницы.

Многие представленные на рынке программные продукты в области автоматизации гостиничного бизнеса хорошо зарекомендовали себя на практике, постоянно совершенствуются и обновляются фирмами-разработчиками в соответствии с потребностями пользователей. Во многих программных продуктах на этапе их инсталляции осуществляется настройка параметров на нужды конкретной гостиницы. Кроме того, фирмы-разработчики осуществляют сопровождение своих программных продуктов и обучение пользователей, как правило, на их рабочих местах в режиме реального функционирования системы. Все это способствует широкому внедрению типовых программных продуктов в области гостиничного бизнеса.

Среди зарубежных информационных гостиничных систем наиболее известной является система Fidelio, а также Lodging Touch. К настоящему времени появился и успешно функционирует ряд разработок отечественных фирм, обеспечивающих автоматизацию управления гостиничным комплексом. К ним относятся программные продукты “Эдельвейс”, “Реконлайн”, “Барсум” (фирма “Рек-Софт” система Hotel-2000 (фирма “Интур-Софт”), программный комплекс “Русский отель” (Фирма “Сервис плюс” совместно с фирмой “Ист Консепт”), системы “Отелъ-Симпл” “Меридиан-1” (фирма Nortel), система Kei-Hotel (фирма Kei-Company).

3.2 Автоматизированная система управления гостиницей Пойтахт

3.2.1 Система Fidelio

Для оптимизации рабочих процессов в гостинице Орзу используют автоматизированную систему управления Fidelio.

Система Fidelio разработана немецкой фирмой Fidelio, которая является производителем таких известных автоматизированных систем для гостинично-ресторанного бизнеса, как Fidelio FO (Fidelio front office), Fidelio F&B (Fidelio food & Beverage) и Fidelio eng. Система Fidelio является составной частью глобальных компьютерных систем бронирования Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan. Все гостиницы, представленные в Fidelio, автоматически загружаются в эти глобальные компьютерные системы бронирования.

Интересы фирмы Fidelio в Узбекистане представляет фирма HRS (Hotel and Restaurant Systems), которая не только реализует и настраивает программные продукты фирмы Fidelio, но и оказывает техническую поддержку этих систем, проводит обучение пользователей.

К основным функциям системы Fidelio FO относятся:

бронирование и заселение гостей;

начисления за проживание и другие услуги, оказываемые гостиницей;

аккумулирование информации о неоплаченных счетах клиентов, поступающих из различных точек продаж;

выставление промежуточных и окончательных счетов для расчетов с клиентами;

учет информации о безналичных расчетах;

получение финансовых и статистических отчетов.

Ведение информации о клиентах и клиентских счетах. Сюда включается следующая информация: ведение истории по клиентам; бронирование; заселение; ведение счетов; выписка; безналичные расчеты с клиентами.

Согласно информации, полученной из отчетов Fidelio наибольшее количество гостей прибывает в гостиницу Орзу из Узбекистана, Росси, Казахстана, Франции, Японии, США и т.д. (См. График № 1)

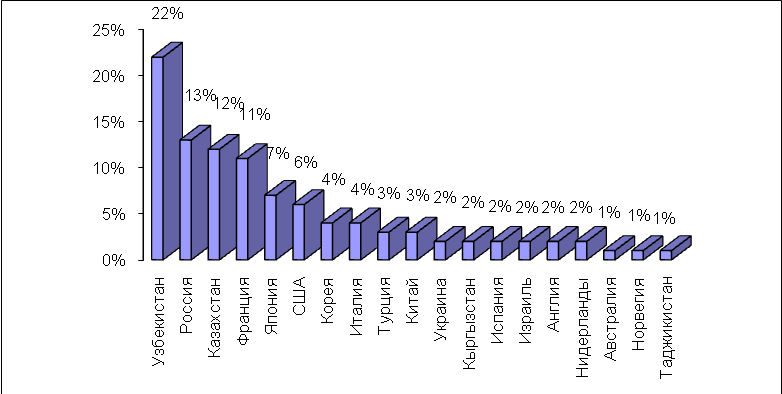


График №1. Основные страны, из которых прибывают гости гостиницы Орзу.

Как видно из отчета за 2009 год основные денежные средства поступили на счет гостиницы перечислением, на втором месте оплата наличными, на третьем – оплата по Master Card и Visa Card (См. Диаграмма № 1).

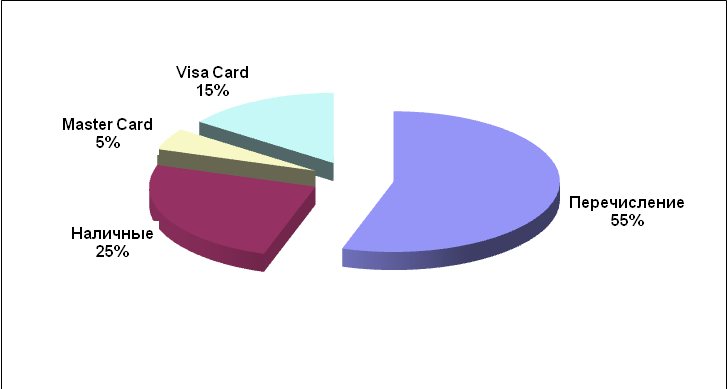


Диаграмма № 1. Виды оплат за 2009 год

Программный модуль ведения номерного фонда предназначен для осуществления оперативного контроля за его состоянием, сбора статистической информации о загрузке номерного фонда, получения различных отчетов о состоянии, контроля за работой службы горничных. Система отслеживает, убран номер или нет, и выдает предупреждение, если производится заселение клиента в неубранный номер.

В программе используются следующие понятия: карточка гостя; бронь; комната и счет клиента; код услуги; инструкция перенаправления.

Карточка гостя. Она содержит информацию о клиенте: фамилия, имя, язык, код VIP, адрес, страна проживания, телефон, факс, дата рождения, предпочитаемый гостиничный номер и т. д. Ведение архивной базы данных гостей позволяет после ввода в компьютер фамилии и имени постоянного гостя выдавать полную информацию о числе прожитых ранее ночей в гостинице, о характеристике номеров, в которых останавливался гость, его паспортные данные, способы платежа и т.д. Получение этой информации позволяет предоставить постоянному гостю его любимый номер, получить дополнительные услуги и т.п. Все это создает высокий уровень обслуживания гостей обеспечивая получение прибыли.

Бронь. Она формируется на период времени, в течение которого будет сниматься номер, затем бронь может быть отменена или изменена. Бронь всегда связывается только с одной карточкой гостя, но для одной карточки гостя может существовать несколько видов бронирования.

В карточке гостя содержится следующая информация:

сроки проживания (измеряются ночами);

число человек, проживающих в номере. Если среди них есть дети, то это необходимо отметить, так как во многих гостиницах дети до определенного возраста проживают бесплатно;

тип комнаты. Определение типа и категории комнаты, в которой будет проживать гость, зависит от его предпочтений, а также от наличия номеров данной категории. Номера различаются по категориям, цене, числу кроватей. Обычно первыми продаются самые дешевые номера, а только затем более дорогие. У каждого номера есть определенное число отличительных черт, которые могут быть как привлекательными, так и отталкивающими для гостей (окна выходят во внутренний двор или на оживленную улицу; номер центральный или угловой, рядом располагается лестница или лифт и т.д.). При бронировании комнаты желательно руководствоваться пожеланиями гостя;

ценовой код. Обычно обозначается несколькими буквами или цифрами, которые легко запоминаются и часто несут смысловую нагрузку: содержат первые буквы или комбинацию первых букв слов, содержащихся в названии компании, цены для групп и т.д. Для компаний и турфирм, которые регулярно присылают заявки о бронировании и обеспечивают достаточное число ночей, гостиница устанавливает специальные скидки, что фиксируется специальным ценовым кодом. В задачи службы бронирования входит отслеживание правильности определения цены для компаний или турфирмы;

тип бронирования (гарантированное или негарантированное).

Гарантированное бронирование. Оно позволяет держать комнату до тех пор, пока гость не приедет, т. е. гость может приехать в любое время, и он гарантированно получит номер. В свою очередь, гость гарантирует оплатить номер, даже в том случае, если он не использовался в случае незаезда, либо отменить бронирование до определенного часа, установленного гостиницей, дня заезда. Таким образом, если гость бронирует номер, но не приезжает и не отменяет бронирования вообще или до установленного срока, то на него налагаются штрафные санкции. Существуют следующие способы гарантирования бронирования.

Перевод предоплаты в гостиницу. Уведомление о переводе предоплаты должно поступить в гостиницу до дня заезда гостя. Обычно это банковский перевод. Срок подтверждения предоплаты определяется гостиницей и колеблется от нескольких недель до одних суток.

Гарантии под кредитную карту. Основные компании, поддерживающие деятельность кредитных карт, разработали систему, позволяющую начислять штраф за неприбытие в случае гарантированного бронирования. Если бронирование, гарантированное кредитной картой, не было отменено до часа, установленного гостиницей, и гость не заехал, то гостиница может начислить сумму штрафа на кредитную карту (обычно стоимость ночи проживания). Затем банк переведет данную сумму на счет гостиницы и уведомит об этом держателя карты.

Внесение депозита. Депозит обычно вносится в случае невозможности банковского перевода или гарантии кредитной картой. Гость или его представитель вносит определенное число денег в кассу гостиницы до заезда. Это число денег обычно превышает стоимость ночи проживания в гостинице и зачастую включает в себя депозит на пользование телефонами, прачечной и т.д. В случае отмены бронирования депозит возвращается. В случае изменения даты заезда он переносится. В последующем депозит используется гостем для оплаты проживания и услуг, которые предоставляет гостиница.

Гарантии компании. Этот тип гарантирования бронирования чаще всего употребляется компаниями, с которыми гостиница заключила договор. В этом случае необходимо письмо представителя компании, содержащее фразу «в случае незаезда ... (имя гостя) и невозможности отмены бронирования до 6 ч вечера дня заезда, компания ... (название) гарантирует оплату одной ночи проживания».

В случае выставления штрафных санкций компания обязуется их выплатить. Необходимо соблюдать осторожность при приеме такой гарантии. В гостинице Орзу принимают гарантию только от тех компаний, которые положительно зарекомендовали себя в процессе сотрудничества, финансовое положение которых стабильно и не вызывает никаких опасений. Иначе существует риск невозможности получения штрафа.

К дополнительным услугам, входящим в стоимость номера, относятся: завтрак, платное телевидение, местные, междугородные или международные звонки и т.д.

Если при бронировании в наличии нет номеров требуемого типа, то данную бронь можно поместить в список ожидания. Когда какой-нибудь из номеров данного типа будет освобожден, система сама предупредит, что в списке ожидания находится бронь на данный тип номеров.

Система Fidelio FO состоит из следующих основных модулей: бронирования, портье, кассира, бухгалтера.

Модуль бронирования. Он предназначен для оформления бронирования клиентов. Данный модуль позволяет:

завести бронь для клиента;

завести групповую бронь;

отменить бронь;

корректировать бронь;

перенести бронь в список ожидающих;

назначить конкретные номера по ранее сделанному бронированию;

распечатать подтверждения бронирования;

принять депозит для бронирования.

Модуль портье. Он предназначен для поселения клиентов гостиницы, имеющих бронь. Во многом функциональность этого модуля похожа на модуль бронирования. Данный модуль позволяет производить следующие операции: поиск брони; назначение номеров и заселение; изменение брони; отмена бронирования; печать подтверждений; подселение; прием сообщений для прибывающих или прибывших гостей; прием депозита для бронирования; перемещение брони в список ожидания; заведение служебных счетов гостиницы.

Модуль кассира. Он является наиболее сложным модулем системы Fidelio FO. Пользователь, работающий в данном модуле, может:

выполнять текущую работу со счетами клиентов;

выставлять промежуточные счета;

переселять клиента в другой номер;

осуществлять выписку;

осуществлять ведение главной кассы;

осуществлять операции обменного пункта;

осуществлять прием депозита для бронирования;

печатать отчеты для кассиров;

исправлять бронь клиента;

производить прием оплат;

перенести начисления с одного счета на другой;

делить и объединять начисления;

выполнять ручные начисления на счета клиентов.

Бухгалтерский модуль. Модуль системы Fidelio FO — Fidelio A/R представляет собой сильно упрощенную бухгалтерскую программу, а точнее книгу продаж услуг гостиницы, нацеленную на отслеживание задолженностей клиентов, которые уже выписаны и которым выставлены счета за услуги. Функциональность данного модуля системы не очень богата, но позволяет производить некоторые манипуляции с начисленными суммами (переносить начисления с одного счета на другой, вводить оплату по каждой позиции, отслеживать историю по клиентам, печатать отчеты и письма клиентам).

Операционный день гостиницы в системе Fidelio FO закрывается посредством проведения ночного аудита, который осуществляется обычно в 6 ч утра и включает ряд процедур:

перевод программной даты;

анализ действий пользователей в системе;

указание на незавершенность некоторых операций;

распечатку пакета отчетов о работе гостиницы за день, которые на следующий день будут переданы руководству и в бухгалтерию;

автоматическое начисление стоимости номера на счета гостей;

сохранение данных и статистики за день;

выполнение системных процедур.

Выполнение ночного аудита можно начать только при завершении всех операций за истекший день, чем и обусловлено время его проведения.

Система Fidelio FO предоставляет возможность составлять различного рода отчеты и прогнозы, которые необходимы для дальнейшего планирования деятельности гостиницы. Прогнозирование является важной функцией Службы бронирования гостиницы Орзу, так как от правильного составления прогноза зависит правильное координирование работы остальных служб гостиницы. Все службы гостиницы находятся в тесной взаимосвязи. Поэтому увеличение или уменьшение загрузки гостиницы ведет к изменению графика работы всех служб. На основании прогнозов такие службы, как хозяйственная, служба ресторана и другие, составляют расписание работы персонала, число работающих в день, а также в ресторане прогнозируется потребление продуктов питания на основании предполагаемой загрузки.

Прогнозирование загрузки гостиницы делается на основании данных предыдущих периодов. В гостиницах с помощью системы Fidelio FO составляются следующие виды отчетов:

Ежедневный отчет об активности. В этом отчете представлена сравнительная информация о деятельности данной гостиницы с остальными гостиницами одного типа данного региона. Первая часть данного отчета содержит информацию об активности гостиницы за прошедший день. В нее включены данные о числе проданных номеров (разбивка идет по сегментам рынка), о полученных прибылях от каждого сегмента рынка. Во второй части содержится информация о деятельности других гостиниц, включающая в себя количество проданных номеров, процент загрузки и среднюю стоимость номера за этот день. Этот отчет дает возможность получить полную картину деятельности гостиниц данного региона. На основании данных этого отчета составляются некоторые прогнозы.

Рассмотрим график загрузки гостиницы на период с января 2009 года по август 2009 года (График № 2). Пунктирной линией обозначена прогнозируемая загрузка, рассчитанная службой отдела бронировании совместно с отделом маркетинга на основании данных о загрузках за прошлый год и информации о проведении запланированных мероприятий в городе. Сплошная линия показывает реальную загрузку гостиницы на этот период. График наглядно показывает на сколько точно можно рассчитать уровень загрузки, правильно используя имеющуюся информацию.

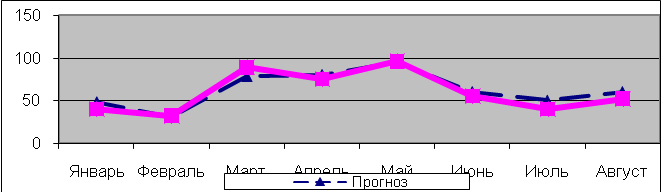


График № 2. Сравнительные графики планируемой и реальной загрузки гостиницы Орзу на период с 1 января по 31 августа 2009 года.

Отчет об изменении спроса. Этот отчет позволяет проанализировать, как изменялась загрузка гостиницы после каждого прошедшего дня. Обычно анализ спроса начинается за полтора месяца до обозначенного дня. Этот отчет заполняется ежедневно и дает возможность наглядно представить динамику роста спроса на номера. Разбивка этого отчета идет обычно по дням недели. Это делается для того, чтобы можно было спрогнозировать возможное число забронированных номеров. Информация группируется таким образом, чтобы можно было сравнить изменение загрузки гостиницы с предыдущими днями.

Девятидневный прогноз. Этот прогноз составляется на последующие девять дней. Он базируется на ежедневном отчете об активности. Сравнивая данные о загрузке предыдущих периодов с темпами роста загрузки, полученных из отчета об изменении спроса, имеется возможность спрогнозировать загрузку гостиницы на ближайшие периоды. Прогноз делается с учетом событий, влияющих на загрузку (выставок, конференций и т.д.). Прогноз учитывает не только возможный процент загрузки гостиницы, но и возможную прибыль от различных сегментов рынка. При этом прогнозируется средняя стоимость номера.

Ежемесячный отчет. Это статистическое подведение итогов прошедшего месяца. Оно делается на основании ежедневных отчетов по продажам. Прибыль, полученная от продажи номеров, суммируется, подсчитывается число проданных за месяц номеров. На основании этих данных вычисляются средняя стоимость номера и средний процент загрузки.

В системе Fidelio FO предусмотрено соблюдение конфиденциальности при работе с информацией, т. е. для каждого пользователя существует определенный набор модулей системы, с которыми он может работать.

Идентификация пользователя происходит посредством имени и пароля.

Для удобства в системе предусмотрено «запирание» (реализовано через клавишу F8) системы пользователем (в случае недолгого отсутствия на рабочем месте), для последующей работы нужно ввести имя и пароль.

Также в системе ведется журнал операций, т.е. имеется возможность вывести отчет о действиях каждого пользователя в системе за интересуемый период. Кроме того, карточка гостя, бронь, начисление имеют поле, куда проставляется имя создавшего их оператора (пользователя).

Достоинством системы Fidelio FO является наличие связи с другими системами и внешними устройствами.

1. Программный интерфейс с ресторанной системой Micros позволяет закрывать счета в ресторанах, барах и в других точках продажи на номер клиента, если он проживает в гостинице. Интерфейс устроен таким образом, что при закрытии чека в ресторанной системе Micros официант или бармен может выбрать вид оплаты «Отнесение на комнату», проверить, кто в данный момент проживает в этой комнате, и, получив подпись клиента, отправить начисление на его счет в гостинице. Вместе с суммой начисления на счет клиента попадают название точки продажи, дата и время закрытия чека, номер чека, а в случае работы расширенного интерфейса и детали чека (т.е. подробный счет из ресторана с перечислением блюд и цен). Начисления попадают на счета клиентов в режиме on-line, т. е. сразу же. Это приносит огромные удобства как клиентам гостиницы (не нужно носить с собой наличные, предоставляется возможность расплачиваться по своим счетам один раз и т.д.), так и руководству гостиницы (оперативно получать финансовую информацию).
2. Интерфейс с программным обеспечением телефонной станции гостиницы работает с несколькими видами АТС, используемых в гостиницах (в том числе с телефонной станцией Meridian). Такой интерфейс позволяет контролировать телефонные звонки клиентов гостиницы, автоматически начислять на счета клиентов плату за телефонные разговоры в соответствии с заведенной тарифной сеткой.
3. Интерфейс с бухгалтерскими системами позволяет автоматически делать проводки в бухгалтерской системе. Это сильно облегчает работу бухгалтера, так как по правилам ведения учета бухгалтер обязан показывать реализацию ежедневно, отдельно по каждому типу клиентов, а это в зависимости от величины гостиницы, ее загрузки и спектра предоставляемых услуг до сотни проводок ежедневно. Существуют программные интерфейсы к таким бухгалтерским системам, как SUN и SCALA.
4. Программный интерфейс с телевизионными системами.
5. Программный интерфейс с ресторанной и складской системой Fidelio F&B позволяет персоналу ресторана получать информацию о загрузке гостиницы и планировать количество посетителей ресторанов и баров.
6. Программный интерфейс с инженерной системой Fidelio eng позволяет оперативно отслеживать состояние номерного фонда.
7. Программный интерфейс с системой автоматического запирания и отпирания дверей в номерах позволяет отпереть дверь любого номера в случае, если произведена операция заселения.
8. Программный интерфейс с системой электронной авторизацией кредитных карт.

Компьютерная система Fidelio — одна из самых популярных систем, используемых в гостиничном хозяйстве, число ее пользователей в мире превышает 7,5 тыс. В России, СНГ и странах Балтии имеется 95 установок.

3.2.2 Автоматизация ресторанного и складского учета в гостинице Орзу

Для автоматизации ресторанного и складского учета в гостинице Орзу используются системы Fidelio F&B.

Система Fidelio F&B позволяет: работать с поставщиками (заказы, поставки); вести учет товаров на продовольственных складах; вести меню, используемое в ресторанах и барах; проводить калькуляцию рецептов блюд; производить расчет банкетного меню; производить инвентаризацию на складах гостиницы; на основе данных о продажах проводить автоматическое списание товаров со склада в соответствии с заведенными в систему рецептами; получать отчеты о работе складов.

Система Fidelio F&B является программой для продуктового склада, но ее можно использовать без ограничений и для непродовольственных складов.

В системе существует несколько основных понятий, которые рассматриваются ниже:

Склад заводится в системе с определенным именем и номером. В системе указывается, является ли он основным (куда осуществляется приход от поставщиков) или складом точки продажи (с него автоматически будут списываться товары, проданные через данную точку продажи).

По данным Fidelio F&B зимой и весной наибольшую прибыль приносит ресторан гостиницы Орзу, однако в летние месяцы бар гостиницы пользуется большим успехом (См. График № 3).



График № 3. Доход от Отдела Питания.

Товар описывается в системе как объект прихода от поставщиков. Он может принадлежать той или иной группе товаров, входить или не входить в калькуляцию рецептов, для него определяются складские и рецептурные единицы.

Блюдо — объект продаж, имеющее название и номер. Для каждого блюда существует рецепт приготовления. Любое блюдо, имеющее рецепт, может входить в рецепт другого блюда.

Рецепт — список товаров или подрецептов с указанием количества потребления. Рецепт однозначно привязан к блюду, без него рецепт существовать не может. Рецепт имеет себестоимость. В нем может быть указан для каждого товара фактор потерь, склад для списания, а также способ приготовления блюда.

Точка продажи — бар, ресторан, кафе или столовая, где будут продаваться блюда. Точке продажи может быть определен склад для списания.

Система Fidelio F&B имеет интерфейсы с системами Fidelio FO и Fidelio eng, а также с системой Micros.

Данные о продажах, потреблении товаров с детализацией по точкам продажи и по складам можно получить из отчетов системы Fidelio F&B.

В системе предусмотрено наличие программного интерфейса с бухгалтерскими программами, в которые переносятся следующие данные: о приходах товаров на склад; о возвратах товаров поставщику; о передаче товаров в производство; о возврате товаров из производства; о списании испорченных товаров; о списании себестоимости проданных блюд.

К основным преимуществам систем Fidelio относятся:

возможность интегрирования многих отдельных участков в один глобальный комплекс;

наличие версий программ на русском языке;

широкая функциональность данных систем;

удобство и быстрота работы для пользователей;

удобства и быстрота обслуживания, наглядность и различные формы выставленных счетов для клиентов;

конфиденциальность хранения информации.

Стоимость системы зависит от числа номеров в гостинице и от набора модулей системы. Для гостиницы, имеющей порядка 100 номеров, стоимость системы составляет примерно 30 тыс. долл. В эту сумму входят установка, настройка, поддержка системы, обучение пользователей.

3.3 Средства коммуникации и связи

3.3.1 Классификация средств оргтехники в гостинице Орзу

Любая система управления может быть представлена в виде схемы, приведенной на рис. №1.

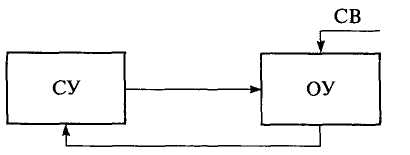


Рис. №1. Схема управления

В систему управления входят такие основные элементы, как субъект управления СУ и объект управления ОУ, между которыми существуют прямая и обратная связь.

Прямая связь — это те команды и распоряжения, при помощи которых субъект управления воздействует на объект управления, т. е. управляет им.

Обратная связь необходима для того, чтобы субъект управления мог оценить, как выполняются распоряжения, т. е. осуществляется оценка результатов воздействия.

Если рассматривать управление как систему, то необходимо учитывать те случайные воздействия (возмущения), которые могут влиять на систему как из внешней среды, так и появляться внутри самого объекта управления. Таким образом, для того чтобы успешно осуществлять управление любыми объектами, в том числе и предприятиями туристской индустрии, необходимо постоянно осуществлять сбор информации, ее хранение, обработку и передачу. Для успешного осуществления этого процесса применяются различные средства оргтехники.

Оргтехника — это технические средства, используемые для механизации и автоматизации управленческих и инженерно-технических работ. В широком смысле к оргтехнике можно отнести любое приспособление (прибор, устройство, инструмент), которое используется в офисе фирмы, начиная от ручек и карандашей и заканчивая компьютерами и сложной электронной оргтехникой.

Функционирование современного туристского предприятия непосредственно базируется на применении информационных технологий обработки информации и средствах оргтехники.

По назначению их можно разбить на следующие группы: средства коммуникации и связи; средства оргтехники; копировально-множительные средства; средства сбора, хранения и обработки документов, к которым прежде всего относятся компьютеры и вычислительные сети; сканеры; средства отображения информации; аппараты для уничтожения документов.

Для хранения и обработки документов используются средства Microsoft Office, которые включают:

текстового редактора Word;

электронные таблицы Excel;

пакет презентаций Power Point;

планировщика личного времени Schedule+;

программу электронной почты Microsoft Mail;

программу работы с документами Microsoft Office Binder

и другие.

3.3.2 Способы передачи информации в гостинице Орзу

На современном этапе развития средства коммуникации и связи играют важную роль для обеспечения эффективного управления туристским бизнесом. Любая задержка информации может повлечь за собой очень серьезные негативные последствия как в финансовом отношении, так и в потере имиджа фирмы, что в конечном итоге может привести к краху любой организации. Это непосредственно относится и к предприятиям индустрии туризма и гостеприимства.

Передача информации может осуществляться вручную либо механически при помощи автоматизированных систем по различным каналам связи.

Первый способ передачи информации и до настоящего времени имеет широкое распространение. При этом информация передается либо при помощи курьера, либо по почте. К достоинствам этого способа можно отнести полную достоверность и конфиденциальность передаваемой информации, контроль за ее получением (при почтовой рассылке в пунктах регистрации прохождения), минимальные издержки, не требующие никаких капитальных затрат. Главными недостатками такого подхода являются невысокая скорость передачи информации и неоперативность в получении ответов.

Второй способ значительно увеличивает скорость передачи информации, повышает оперативность принятия решений, но при этом увеличиваются капитальные и текущие издержки. При грамотной организации производственного процесса на предприятии этот способ передачи информации в конечном итоге существенно повышает экономическую эффективность функционирования предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Для передачи информации необходимы: источник информации, потребитель информации, приемо-передающие устройства, между которыми могут существовать каналы связи. В общем случае этот процесс можно представить в виде последовательности следующих блоков (рис. № 2)

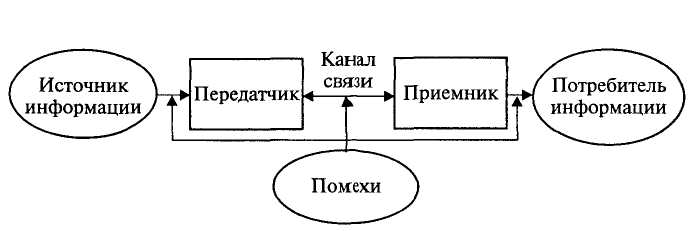


Рис. № 2. Процесс передачи информации.

При ручном или механическом способе передачи информации на каждом этапе принимают участие люди, при автоматизированной передаче могут использоваться различные электронные приборы и устройства. Одной из проблем, возникающей при автоматизированной передаче информации, является качество передачи информации, которое значительно снижается из-за возникающих в каналах связи и в приемо-передающих устройствах помех. Для снижения последних, улучшения качества передаваемой информации и обеспечения ее достоверности в приемо-передающие устройства встраиваются специальные схемы. Чем меньше помех, тем качественнее работают автоматизированные системы.

Качество работы системы в целом необходимо оценивать по таким показателям, как пропускная способность, достоверность и надежность получаемой информации.

Под пропускной способностью системы подразумевается максимальное количество информации, которое теоретически может быть передано в единицу времени. Пропускная способность определяется скоростью преобразования информации в приемо-передающих устройствах и возможной скоростью передачи информации в каналах связи, зависящих от физических свойств как канала, так и самого сигнала.

Под достоверностью подразумевается передача информации без ее искажения.

Под надежностью системы понимается способность выполнять заданные функции, сохраняя свои основные характеристики в установленных пределах. С надежностью связаны такие понятия, как «безотказность», «долговечность», «ремонтопригодность» и «сохраняемость». Показатели надежности любой системы — это вероятность безотказной работы, наработка на отказ, технический ресурс, срок службы и т.д.

4. Глобальные компьютерные сети в индустрии гостеприимства

4.1 Направления использования Интернета

Интернет — это глобальная компьютерная сеть, позволяющая пользователям всего мира обмениваться информацией и совместно пользоваться компьютерными ресурсами. Она является наиболее мощной информационно-технологической системой в мире. Интернет — это не одна компьютерная сеть, а десятки тысяч локальных и глобальных национальных сетей, соединенных между собой. Направления развития Интернета определяет «Общество Интернет» (Internet Society) — организация во главе с Советом старейшин, состоящая из специалистов, работающих на общественных началах. Прототипом сети Интернет принято считать компьютерную сеть Министерства обороны США ARPAnet. К началу 90-х гг. XX в. были созданы специальные навигационные программы-проводники, позволяющие конечному пользователю работать и отыскивать информацию в сети достаточно просто.

Сеть Интернет развивается стремительно: ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. На сегодняшний день Интернетом пользуются более 40 млн чел. в более чем 100 странах мира на всех континентах земного шара. Число пользователей сети удваивается каждые 10 месяцев; каждую секунду по сети передвигается свыше 4 тыс. электронных сообщений. В настоящее время количество пользователей Интернета в России составляет более 1,7 млн чел., из них в Москве насчитывается около полумиллиона пользователей.

Начало использования Интернета в России в сфере туризма относится к 1995 г., когда стали появляться первые сайты туристов с описанием путешествий и отчетами по горным, водным и прочим походам. Одним из первых появился сайт нижегородской туристской фирмы «Команда Горький» (http://www.teamgorky.ru), занимающейся приключенческим туризмом. Весной 1996 г. появился туристский сервер «100 дорог», который в настоящее время является одним из самых популярных. Среди крупных туристских фирм одной из первых создала свой сайт корпорация «Академсервис» (www.acase.ru). В 1997— 1998 гг. появилось уже много сайтов, посвященных туризму. В настоящее время Интернет стал неотъемлемой частью развития российского туризма. Однако многие фирмы продолжают обходиться без этой новой технологии и потому не могут оценить преимущества, которые предоставляет Интернет для турфирмы. Интернет позволяет снизить издержки на телефонную связь, обеспечивает быструю передачу информации, предоставляет принципиально новые пути проведения рекламных компаний.

Возможности глобальной компьютерной сети для работников туристского бизнеса поистине безграничны. Уже в 1996 г. в Интернете было около тысячи самостоятельных разделов: туристских фирм, отелей, авиакомпаний, десятки систем бронирования туристских услуг. По мнению экспертов, к концу 2001 г. с помощью Интернета будет продано услуг на сумму около 160 млрд долл.

Использование Интернета в сфере социально-культурного сервиса и туризма включает множество направлений:

получение доступа к использованию современных систем коммуникации, в том числе электронной почты, цифровой телефонной связи и т.д., что существенно снижает затраты туристских предприятий на ведение переговоров, деловой переписки, direct mail и пр.;

получение различных справочных данных, в частности по странам, тарифам, ценам, прогноз погоды в различных точках мира и т.д. в режиме реального времени, что способствует формированию качественного турпродукта;

получение доступа к глобальным системам бронирования и резервирования;

возможность формирования новых маркетинговых каналов продвижения туристских услуг, в частности создание собственных сайтов фирм, виртуальных туристских офисов, электронная коммерция и др.

Все это обеспечивает формирование единого информационного туристского пространства, позволяющего работать на уровне современных международных стандартов и технологий в области туристского и гостиничного бизнеса (Диаграмма № 2, № 3)

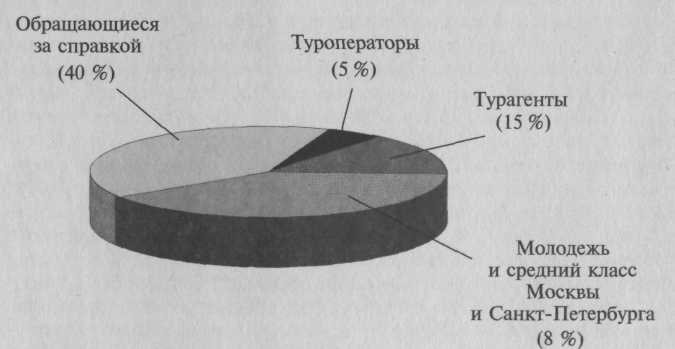


Диаграмма № 2. Аудитория туристских серверов.



Диаграмма № 3. Аудитория сайтов туристских фирм.

Интернет состоит из объединения компьютерных сетей — доменов (domain), каждому из которых присвоено имя. Каждому пользователю, как и домену, также присваивается уникальное имя. Подсоединиться к Интернету можно различными средствами. Чаще всего используется подключение с помощью телефонной линии, но, безусловно, лучше использовать высокоскоростные выделенные каналы, спутники, инфракрасное излучение или даже оптоволоконные кабели. Для подключения к Интернету требуются компьютер, модем и линия связи (например, телефонная).

Интернет не единственная в мире крупная компьютерная сеть. Существует также множество коммерческих поставщиков сетевых услуг: America On-line, CompuServe, Microsoft Network. Интернет соединяется с этими сетями через почтовые шлюзы (gateways), так что можно обмениваться информацией как с пользователями Интернета, так и с пользователями outernet.

Интегрированные коммуникационные сети позволяют создать единое информационное пространство и обеспечить оперативный обмен профессиональной информацией в сфере туристского бизнеса. Для туристских организаций решающее значение имеет своевременность и точность получаемой и отправляемой оперативной информации, поэтому широкое распространение получила самая популярная услуга Интернета — e-mail (электронная почта). Последняя обычно используется для обмена информацией с партнерами и клиентами, что позволяет в несколько раз снизить затраты на связь, а также обеспечить высокую скорость доставки информации. Телефонная или факсовая связь отдаленных регионов России обходится гораздо дороже, чем отправка сообщений по электронной почте. Среднее время доставки сообщения независимо от месторасположения адресата обычно составляет несколько минут. Отправка письма по электронной почте в любую точку мира требует наличия выхода в Интернет, знание электронного адреса получателя. В электронное послание можно включать не только письменное сообщение, но и видео-, фото- и звуковую информацию, что весьма важно для туристского бизнеса при проведении рекламной кампании турфирм путем прямой почтовой рассылки (direct-mail) и пользуется популярностью в связи с огромной территорией страны. Во многих специализированных программных продуктах, автоматизирующих деятельность туристских фирм и отелей, возможности электронной почты встраиваются в саму систему.

Интернет дает возможность реализации IP-телефонии, при которой голос абонента передается по каналам Интернет-провайдеров через специальное оборудование на ближайший к удаленному абоненту шлюз-Интернет. Затем голос преобразуется и передается в обычную телефонную трубку до требуемого абонента. Как правило, IP-соединения устанавливаются очень быстро, но не исключено возникновение шума (эха) и небольших задержек в передаче речевой информации. По мере появления более качественного оборудования и совершенствования протоколов, отвечающих за передачу голоса с использованием средств Интернета, качество услуг IP-связи будет повышаться. Рядом дополнительных возможностей обладает IP-телефония, которая поддерживает видеотелефонию, позволяет проводить расширенные телеконференции и др. Пока IP-связь более дорогостоящая по сравнению с традиционными способами телефонии, но она обеспечивает высокое качество связи и существенно удешевляет международные переговоры. По мнению специалистов, через несколько лет ІР-телефония заменит большинство общепринятых способов передачи информации в телефонных сетях.

Телеконференция (News groups) подобна группе по интересам. Любой человек может поместить в нее свое сообщение, которое называется статьей (article). Статьи телеконференций в отличие от групп по интересам не рассылаются, а хранятся на больших компьютерах — серверах.

Оформление сайта осуществляет обычно профессиональный web-мастер, который создает сайт и размещает на нем необходимую информацию. При создании сайта следует учесть несколько моментов:

сайт должен быть легкодоступным, т.е. время загрузки страницы не должно превышать 30 —60 с и получение любой информации должно обеспечиваться за три клика (три щелчка мыши);

его имя должно быть легко запоминаемым;

информация на сайте должна быть точной и всегда актуальной, т.е. необходимо обеспечить своевременную и качественную поддержку сайта;

сайт должен быть отрекламирован, и его адрес обязательно надо разместить на всех рекламно-информационных материалах фирмы.

Еще одним способом использования Интернета для продвижения турпродуктов является использование баннерной рекламы. Баннер представляет собой графическое статическое или анимационное изображение, которое можно разместить непосредственно на каком-либо сайте через баннерообменные сети или специализированные рекламные агентства. Баннерообменные сети объединяют десятки и сотни различных сайтов.

4.2 Электронная коммерция в туризме

В странах Западной Европы и США туристские услуги занимают первое место по объему продаж в Интернете. Согласно данным аналитической компании PhoCus Wright в ближайшие два года европейский туристский рынок on-line вырастет на 300 % и достигнет объема в 10,9 млрд долл., в то время как в 2000 г. его объем составил 2,9 млрд долл.

Турбизнес с его глобальным характером и стремлением предложить потенциальному путешественнику максимальный выбор вариантов не случайно оказался той разновидностью деловой активности, в которой электронная коммерция сделала впечатляющие шаги.

Глобальные системы компьютерного бронирования представляют собой наиболее разветвленные и мощные сети электронной коммерции, через которые бронируется и оплачивается широкий спектр услуг социально-культурного сервиса и туризма.

Развитие Интернета меняет туристский бизнес во всем мире настолько стремительно, что многие компании с трудом успевают приобщиться к новым технологиям. Хотя отдача от электронной коммерции (e-commerce) еще до конца не проанализирована и некоторыми специалистами ставится под сомнение, вовлечение турфирм в электронный мир, особенно в США и Западной Европе, происходит огромными темпами. Компании, имеющие свои сайты или страницы в Интернете и использующие Интернет-системы бронирования, получают новые высокоэффективные маркетинговые каналы продвижения своих услуг.

В настоящее время, по данным исследований британской маркетинговой группы PhoCusWright, с помощью Интернета в мире бронируется только 3 % на 7 млрд долл. Среди различных сегментов тура наиболее часто резервируются авиабилеты (около 84%), значительно опережая продажи отелей и автомобилей. Продажи путешествий в режиме on-line в 2,5 раза превосходят по объему продажи компьютерной техники и более чем в 3,5 раза сетевую реализацию книг.

Электронная коммерция работает более эффективно, если при этом используется e-mail (электронная почта). Электронная почта — обмен почтовыми сообщениями с любым абонентом сети Интернет. Почтовая рассылка по эффективности рекламного воздействия опережает рекламу через баннеры, причем фирме совсем необязательно иметь свой сайт в Интернете.

Для России эта тенденция также актуальна. Сейчас доступ к глобальной компьютерной сети имеют около 3 млн чел., и этот показатель стремительно увеличивается.

Яркими представителями электронной коммерции являются Интернет-магазины. Туристский электронный магазин — это новое явление в Рунете. Основное его преимущество заключается в благоприятном воздействии на потенциального покупателя. Кроме того, большинство клиентов к моменту прихода в офис уже определились с выбором тура, что значительно снижает нагрузку на менеджеров в офисе. Если в программном обеспечении предусмотрена связь с внутриофисной программой, то к моменту прихода туриста в офис уже могут быть выписаны необходимые документы. Из отечественных фирм реально работает «Сеть магазинов горящих путевок», также близко подошли к созданию собственных электронных магазинов фирмы «Содис» и GreenEx.

Одним из вопросов для традиционных туристских фирм является проблема их выживания в условиях широкого проникновения на российский рынок электронной коммерции. Ведь уже сейчас зарубежный опыт свидетельствует, что многие предпочитают просто зайти в Интернет и самостоятельно сформировать пакет туруслуг, чем оплачивать услуги туроператоров и турагентов по организации своего отдыха. Но совершенно очевидно, что в этом случае речь идет об индивидуальном туризме и немассовых и нечартерных направлениях. Кроме того, вряд ли полностью сформированный через Интернет тур будет дешевле, чем аналогичный тур, предоставляемый туроператорской фирмой. Это объясняется несколькими причинами.

Во-первых, крупные туроператоры имеют групповые скидки и чартерные рейсы, которые существенно снижают общую стоимость тура. Недорогой билет по групповому или блочному тарифу купить через Интернет индивидуальному заказчику вряд ли удастся. Хотя зачастую некоторые авиакомпании, например Lufthansa, для привлечения клиентов организуют аукционы, на которых можно приобрести билет в 1,5 — 2 раза дешевле рыночной стоимости.

Однако, планируя отдых, вряд ли целесообразно учитывать такого рода маловероятные сделки.

Во-вторых, туроператорские фирмы имеют существенные скидки в отелях, с которыми у них заключены контракты. Кроме того, встречаются ситуации, когда объект размещения лишь привлекает виртуальных посетителей спецпредложениями, а на практике подтвердить их не может.

В-третьих, безвизовое пространство для россиян ограничено, так что в большинстве случаев необходимо получение визы, а через Интернет это практически невозможно.

Заключение

Подведем итог дипломной работы. На примере гостиницы Орзу были рассмотрены и проанализированы основные направления использования современных компьютерных технологий в социально-культурном сервисе и туризме. Показаны роль и влияние информационных технологий на развитие туристического и гостиничного бизнеса. Изложены возможности и преимущества использования глобальных систем бронирования и резервирования туристических услуг Galileo, Amadeus, Worldspan в условиях становления российского рынка туризма и гостеприимства. Рассмотрены пути использования Internet и перспективы внедрения электронной коммерции в области социально-культурного сервиса и туризма. Показаны направления использования мультимедийных технологий в социально-культурном сервисе и туризме. Изложены существующие подходы в области автоматизации гостиничного бизнеса. Рассмотрены наиболее известные зарубежные и отечественные разработки по комплексной автоматизации деятельности гостиничных комплексов.

В заключении хотелось бы сказать, что внедрение современных информационных технологий должно обеспечивать выполнение ряда требований, в том числе наличие удобного и дружественного интерфейса, обеспечение безопасности с помощью различных методов контроля и разграничения доступа к информационным ресурсам, поддержку распределенной обработки информации, использование архитектуры клиент-сервер, модульный принцип построения систем, поддержку технологий Интернет и т.д. Использование современных информационных технологий позволяет гостинице Орзу достигать высокого уровня сервиса и удовлетворять растущие потребности своих гостей.

Библиографический список

1. Агеев Д., Головченков В., Калашников И. Телефония как средство ведения бизнеса // Турбизнес. — 2001. — № 9. — С. 66.
2. Биржаков М.Б., Биржаков К.М., Ушаков М.В. WWW — World Wide Web — Интернет в туризме // Туристские фирмы. — Вып. 13.
3. Вострокнутов Е. Microsoft Excel для Windows 95 одним взглядом. — СПб.: BHV, 2000.
4. Гиббоне Д. Работа в E-mail: Пер. с англ. — М.: Бином, 2002.
5. Гуляев В.Г., Морозов И. Прикладные программы по формированию, продвижению и реализации туристического продукта // Туризм. — 2001. — № 3.
6. Гуляев В.Г. Мультимедийные технологии в туризме // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2002. — № 2.
7. Диго С.М. Проектирование баз данных: Учебник для вузов. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 216 с.
8. Игер Б. Работа в Internet: Пер. с англ. — М.: Бином, 1996.
9. Калашников И.В. В России уже можно бронировать туры на компьютере // Туринфо. — 2001. — № 9.
10. Калашников И.В. Как автоматизировать работу туристского агентства // Туринфо. — 2003. — № 7.
11. Калашников И.В. Обзор компьютерных программ для агентств // Туринфо. — 1999.-№ 13.
12. Калашников И.В. Справочники на CD на дискетах становятся все более популярными // Туринфо. — 1997. — № 10.
13. Кинкоф Ш. Microsoft Office: Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ, 1996. — 351 с.
14. Морозов М.А. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 1998. - № 3.
15. Морозов М.А. Информационные технологии в туризме // Экономика и жизнь. — 1997. — № 3.
16. Морозов М.А. Управление отелем: ставка на информационные технологии // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 1998. — № 8.
17. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — М.: Изд. центр “Академия”, 2002. — 240 с.
18. Развитие компьютерных систем резервирования в гостиничном бизнесе // Туринфо. — 1999. — № 15.
19. Сидоров В.А. Управление экономикой туристско-экскурсионного предприятия. — М.: ЦРИК: Турист, 1999.
20. Харвей Г. Excel для Windows: Пер. с англ. — Киев: Диалектика, 1999. — 320 с.
21. Экономическая информатика / Под ред. В.В. Евдокимова. — СПб.: Питер Паблишинг, 2000.