

УДК 338.48

***ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПЬЮТЕРНОЙ СИСТЕМЫ БРОНИРОВАНИЯ В
АЛГОРИТМЕ РАБОТЫ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА***

Андросюк А. Б.

студентка 4 курса Института экономики и управления,

Бурятский государственный университет,

Россия, г. Улан-Удэ

Аннотация:

Для туристических агентств системы компьютерного бронирования - это незаменимый инструмент, который позволяет предоставлять клиентам услуги высочайшего класса в короткое время. Однако научная литература очень незначительно освещает проблемы применения информационных и телекоммуникационных технологий в туристической индустрии. Это факт обусловил актуальность выбранной темы. В статье рассмотрен алгоритм работы субъектов туристического рынка, в каждом пункте расписано преимущество именно компьютерной системы бронирования по сравнению с устаревшими способами ведения туристического бизнеса.

Ключевые слова: алгоритм работы туристического рынка, система компьютерного бронирования, преимущества системы компьютерного бронирования, поставщики, агентства, клиенты, туризм, бронь.

***ADVANTAGES OF COMPUTER RESERVATION SYSTEM IN THE
ALGORITHM OF WORK OF SUBJECTS OF TOURISM MARKET***

Androsyuk A.B.

student of the 4th year of the Institute of Economics and Management,

Buryat State University,

Russia, Ulan-Ude

Annotation: For travel agencies, computer reservation systems are an indispensable tool that allows you to provide customers with the highest class services in a short time. However, the scientific literature very little covers the problems of the application of information and telecommunication technologies in the tourism industry. This fact determined the relevance of the chosen topic. The article discusses the algorithm of work of the subjects of the tourism market, each point describes the advantage of a computer reservation system in comparison with outdated methods of conducting the tourism business.

Keywords: the algorithm of the tourism market, a computer reservation system, the advantages of a computer reservation system, suppliers, agencies, customers, tourism, booking.

Как мы знаем, в двадцать первом веке активно используются компьютерные технологии во всех сферах нашей жизни, с том числе и сфере туризма. В настоящее время уже затруднительно представить, как раньше бронировали авиабилеты, отели, железнодорожные билеты без компьютерного бронирования.

Итак, бронирование – это предварительный заказ на предстоящее туристское обслуживание, предварительное закрепление объектов бронирования: мест (билетов, путевок), снаряжения, оборудования и т.д. за заказчиком.¹ Бронирование осуществляют специальные информационные системы и чтобы понять преимущество компьютерной системы бронирования, необходимо рассмотреть, как взаимодействуют между собой субъекты рынка туризма.

1. Для начала нужно подобрать партнеров.

Туроператор и поставщики

¹ Крутик А.Б. Внедрение систем электронного бронирования и резервирования. Эффективное развитие туристского предприятия. - М: Академия, 2007, 501с.
Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Поиск поставщика отнимает много времени и денег у туроператора, т.к. для этого ему требуется посещать различные выставки, искать наилучшие предложения, эти затраты приводят к тому, что себестоимость конечного турпродукта увеличивается, что в свою очередь ведет к снижению конкурентной способности турпродукта. Если же работать через компьютерную систему бронирования, через справочную систему туроператор легко может ознакомиться с объектом размещения и сэкономить средства и время.

Туроператор и агенты.

Для агентства, подбирающего партнера–туроператора важен как ассортимент, так и условия работы. Туроператоры, работающие без компьютерных технологий, не могут предложить нормальных условий, т.к. опять же себестоимость при работе вручную намного выше. Компьютерное бронирование наоборот помогает сохранить время и средства, и выбрать продукт, наиболее подходящий клиенту у нескольких туроператоров.

Агент - клиент.

Агентству, которое долгое время существует на рынке туризма, важно сохранить имидж, удержать конкурентные цены, ассортимент и качество обслуживания. Работая с компьютерным бронированием, агентство может повысить уровень обслуживания клиентов, не увеличивая собственных затрат.

2. Заключение договоров.

Поставщики-туроператоры.

Чтобы получить хорошие условия в договоре с поставщиками, некоторые туроператоры объединяются в пулы, но и они не могут работать без единой системы учета, поэтому лучше работать в компьютерной системе бронирования, где можно найти как большое количество поставщиков, так и различные пулы.

Туроператор – агент.

В системе бронирования достаточно иметь один договор с представителем системы бронирования, это значительно проще, чем хранить несколько договоров с различными агентами.

3. Информация о продукте:

Для рекламы турпродукта поставщикам требуется печатать каталоги, участвовать в выставках. Туроператорам приходится тратить средства на печать рекламных туров для своих сотрудников. Во время подготовки каталогов могут проступить неточности в информации, что в дальнейшем подрывает авторитет туроператора. Чтобы избежать таких проблем в системе бронирования можно внести всю необходимую информацию в справочник, который будет доступен для всех. В современных справочных системах можно не только увидеть большое количество фотографий с подробным описанием, но и видеозаписи.

4. Реализация турпродукта.

Обязанностью туроператора перед поставщиком является своевременное предоставление информации о списках заезжающих клиентов, изменении цен.

В свою очередь агентства требуют от туроператоров информацию о наличии мест, особенно трудно им приходится в пик сезона, когда количество входящих линий у него ограничено, а информация изменяется постоянно.

Преимущество компьютерной системы бронирования в том, что агентства получают необходимую информацию о наличии мест и ценах за несколько секунд. Бронь подтверждается мгновенно, что помогает агентству качественно обслуживать клиентов.

5. Оплата забронированных услуг.

В системе бронирования оплачивать счета агентства могут в течение нескольких секунд, а информация о поступлении денежных средств на счет туроператора приходит за несколько минут.

6. Учет и статистика

Небольшим агентствам не всегда по средствам получить собственную систему учета, это может привести к потере информации.

Итак, на примере этого алгоритма, можно сделать вывод, что работа через компьютерную систему бронирования намного легче и проще, а также бонусом к этому, агентство получает бесплатную автоматизированную систему учета.

С развитием сети Интернет все участники туристического рынка получили великолепную возможность работать всем вместе, уменьшить затраты, получать быструю и достоверную информацию и возможность следить за всеми этапами прохождения заказа.

Библиографический список:

1. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме / В.Г. Гуляев. - М.: ПРИОР, 2008. – 436 с.
2. Драчева Е.Л., Исмаев Д.К., Забаев Ю.В. Экономика и организация туризма. Международный туризм. – М.: Кнорус, 2015. – 357 с.
3. Крутик А.Б. Внедрение систем электронного бронирования и резервирования. Эффективное развитие туристского предприятия. /А.Б. Крутик. – М.: Академия, 2007. – 501 с.
4. Сенин В. С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. - М.: Финансы и статистика, 2013. – 498 с.
5. Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства / Р.И. Сухов – М.: МарТ, 2015. – 378 с.

Оригинальность 86%