

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ ОПТОВЫХ ПРОДАЖ ТУРОПЕРАТОРОВ

Скриган В.А., студентка гр. 772302

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Унучек Т.М. – старший преподаватель

Аннотация. Рассмотрены разновидности туристических организаций и их специфика. Показаны особенности туристического бизнеса на конец 2020г. в Республике Беларусь. Описаны особенности разработанной автоматизированной системы поддержки оптовых продаж туроператоров.

Ключевые слова: туристический бизнес, туристические организации, туроператор, турагентство, информационные технологии, информационные системы.

Перспективность туристического бизнеса определяется сравнительно небольшими стартовыми инвестициями, высоким уровнем рентабельности и небольшим сроком окупаемости затрат. Развитие туристической отрасли важно так же и с государственной позиции, так как туризм обеспечивает занятость населения в сопутствующих отраслях (торговля, строительство, производство товаров народного потребления, связь), напрямую способствует валютным поступлениям, расширяет вклады в платежный баланс страны [1].

Туристический бизнес – быстро развивающаяся отрасль мирового хозяйства. Однако пандемия Covid-19 нанесла серьезный удар по ней. Согласно данным национального статического комитета РБ, число организаций, занимающихся туристической деятельностью, сократилось с 1 544 в 2019 году по 1 348 в 2020 году, а это 196 организаций. Из них было ликвидировано или

перепрофилировано 31 организация, занимавшаяся туроператорской деятельностью, 46 организаций, занимавшихся турагентской деятельностью, и 119 организаций, совмещавших эти деятельности. Также 2020г. оказался менее успешным в денежном плане, в этом году показатели выручки являются самыми низкими за последние 10 лет [3].

В туристическом бизнесе есть разделение по деятельности: туроператоры, турагентства и организации, способные совмещать в себе первые и вторые. Туроператор – туристическая компания, которая занимается разработкой туров, рассчитанных на массовый потребительский спрос, также обеспечивает их рекламой и сбытом через сеть турагентств. По сути, это оптовая фирма, где агентства берут продукт для продажи его в розницу, предлагая конкретному клиенту. Туроператор напрямую занимается формированием турпродукта, заключая договора с местными и зарубежными партнерами (отелями, авиакомпаниями, транспортными компаниями, экскурсионными бюро и пр.). Турагентство – розничная туристическая компания, которая занимается реализацией туров, сформированных туроператорами, непосредственно туристам. Турагентство заключает договор с туроператором о комиссионном вознаграждении, в соответствии с которым реализует турпродукт, получая определённый процент от сделки (от 8 до 12% в среднем) [2].

Туроператор и турагентство взаимосвязаны друг с другом. В случае турагентства, оно вряд ли может существовать без туроператора. От того, насколько эффективно построена деятельность турагентства, будет зависеть эффективность туроператора и наоборот. Внедрение современных информационных технологий (ИТ) напрямую влияет на эффективность работы любой туристической организации. Использование современных ИТ способно улучшить разные области функционирования туристических организаций. Это могут быть внешние и внутренние процессы и взаимодействия, например, учет персонала, хранение и организация информации, привлечение новых и поддержка старых денежных потоков.

На рисунке 1 приведена информационная модель туристической отрасли. Туроператоры и турагентства – органы управления туризмом, они взаимодействуют между собой. Турагентства, в свою очередь, взаимодействуют с поставщиками услуг для предоставления их же туристам. Туристы могут напрямую взаимодействовать с организациями туризма, либо же при помощи вспомогательных предприятий и организаций.

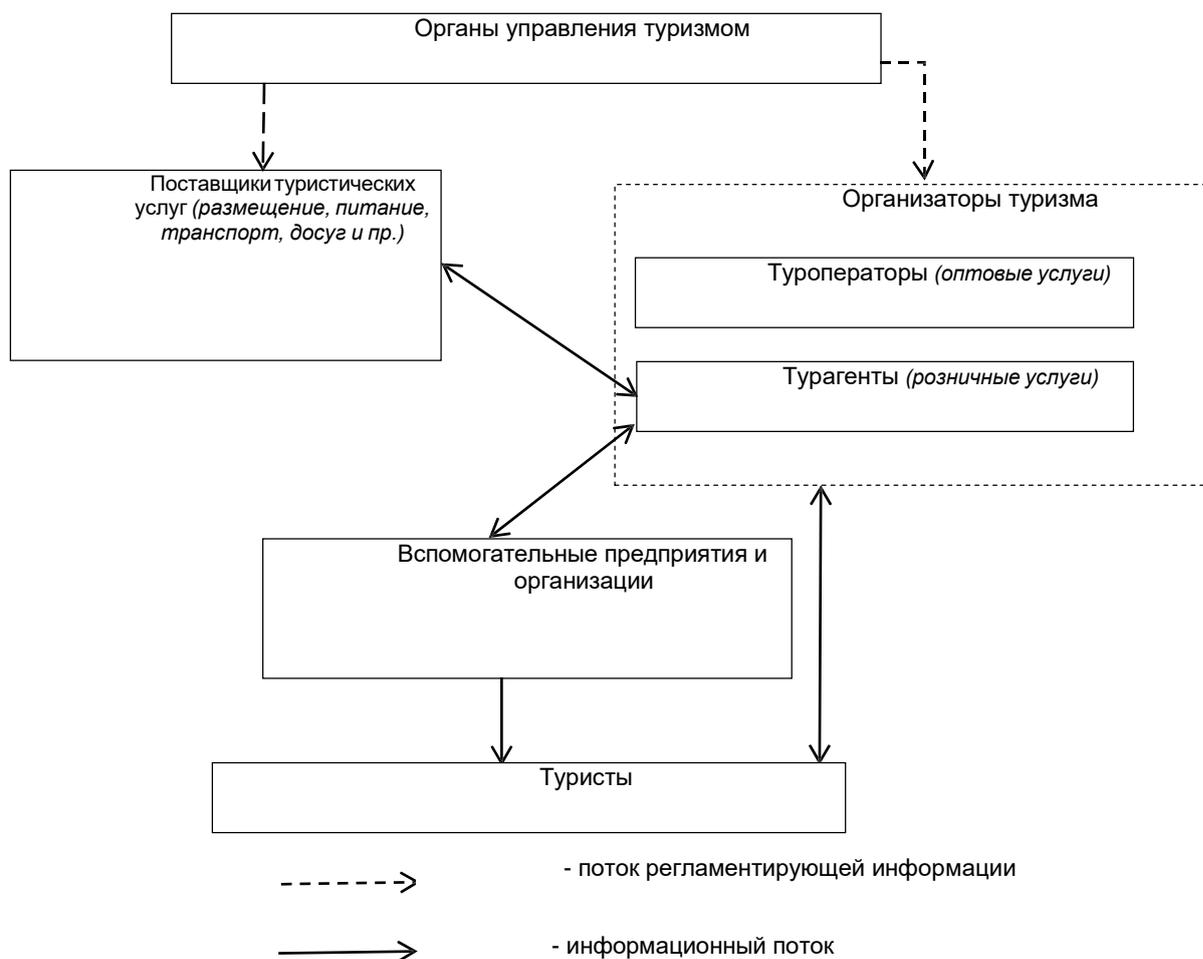


Рисунок 1 – Информационная модель туристической отрасли [1]

Как видно в модели, именно информационные потоки обеспечивают связь между производителями, потребителями услуг. Поэтому для поддержки и развития туристических организаций выставляются высокие требования к средствам коммуникации и передачи информации. Важно обеспечить хорошее качество связи, высокую скорость передачи данных, обязательно качественную. Информация, которую будут передавать, должна быть достоверной, актуальной, конкретной. Информационные системы в туризме классифицируют на:

автоматизированные системы управления, управляют производственно-обслуживающим процессом (САМО-Тур (САМО), Лидер-Тур (ФРЭНД));

компьютерные системы бронирования иначе международные системы бронирования (Amadeus, Galileo, Sabre);

электронные платежные системы (ЕРИП, EasyPay, iPay);

системы управления взаимоотношениями с клиентом, создают конвейер по привлечению новых клиентов (amoCRM, ASoft CRM, Битрикс24);

системы электронного документооборота (Directum, DocsVision, 1С:Документооборот);

системы электронного бизнеса, осуществляют основные бизнес-процессы (Liferay Portal, InfoExchange);

системы офисного назначения (Excel, Access);

информационно-правовые системы, хранят достоверно правовую информацию для широкого круга специалистов (для РБ Эталон, Бизнес-Инфо, КонсультантПлюс);

системы мультимедиа (Aode Director, AuthorWare);

геоинформационные системы, предоставляют согласованную пространственную и атрибутивную информацию (ArcInfo, MapInfo, AutoCAD MAP) [1].

В целях повышения эффективности деятельности туроператоров автором разработана автоматизированная система поддержки оптовых продаж туров от разных туроператоров. Язык разработки был выбран JavaScript с использованием фреймворков Angular10, Materialize, Express и среды выполнения NodeJS (задействованы HTML 5, CSS 3). Архитектура системы выполнена с применением паттерна MVC. Для гибкой настройки авторизации был задействован ресурс passport.js. Взаимодействие с базой данных (БД) реализовано через библиотеку Mongoose. Используется СУБД MongoDB для размещения удаленной БД. Планируется размещение разработанной системы на платформе Heroku.

Функциональные возможности системы: работа с турами и пользователями (добавление, удаление, редактирование); авторизация пользователей и сохранения истории их действий, поддержка различных сортировок, поиск по турам, рейтингам, отображение статистик, поддержка аукциона (возможность его создания, формирования туров-лотов, поддержка покупки тура, поднятие цены) и пр.

Для туроператоров разработанное приложение предоставляет возможности более гибкого продвижения их туров, продажи туров по более выгодной цене, сбора статистических данных, появления новых клиентов, предоставления информации о программах конкурентов. Для клиентов-турагентств такая система помогает в выборе экзотического тура по приемлемой цене.

Список использованных источников:

1. Информационные технологии в индустрии туризма: учеб.-метод. пособие, Минск: РИПО, 2014 г. /В.Ф. Иконников, М.Н. Садовская

2. Traveling.by [Электронный ресурс]. – <https://traveling.by/info/gde-otdohnut/turoperator-i-turagentstvo-v-chem-raznica>

3. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. – <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm>