

УДК 658.64

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОИСКОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Дорофеева Е.Ю., магистрант,
Шмарков М.С., доцент, turexpert888@yandex.ru
ФГБОУ ВО Орловский ГУ имени И.С. Тургенева, Орел, Россия*

Ключевые слова: турагент, потребитель, услуга, технологии, поиск, тур.

Работа посвящена анализу и выявлению наиболее эффективных вариантов использования поисковых информационных систем при обслуживании клиентов турфирм. Составлена схема и охарактеризована процедура обслуживания потенциального туриста менеджером по туризму. Выявлены возможности использования систем консолидированного поиска туров.

Введение. Реализация туристского продукта это сложный организационный и технический процесс, который включает его поиск и последующее бронирование [1-3]. Отыскание подходящего клиенту предложения является важным этапом его обслуживания, результат которого определяет настроение клиента и дальнейшее желание приобрести турпродукт. Проблема эффективной организации поиска турпакетов является важной при организации турагентской деятельности [4, 5].

Цель работы – выявить и охарактеризовать эффективные современные информационные технологии, используемые при обслуживании клиентов турагентами.

Материал и методика исследований. Практически каждый клиент турфирмы желает, чтобы тур был предложен менеджером турфирмы очень быстро (практически моментально), при этом цена была наименьшей из всех конкурентных цен. В тоже время перед менеджером стоит задача качественного обслуживания клиента, выбора оптимального для него предложения, соответствующего его ожиданиям, предоставление полной и достоверной информации о содержании турпродукта и входящих в него услугах. Весьма важно быстро уловить ожидания потенциального туриста, четко и профессионально определить параметры тура и осуществить его поиск среди множества схожих предложений разных туроператоров, используя их информационно-поисковые системы. Даже при высокой квалификации специалиста выполнение этой процедуры требует большого количества времени, поскольку приходится просматривать и сравнивать множество предложений нескольких туроператоров с учетом параметров заявки клиента.

Эффективная организация процедуры поиска подходящего предложения и выявление оптимального предложения по запросу клиента предполагают:

- знание специфики множества направлений туризма;
- знание специфики организации пакетных туров и условий их реализации по разным направлениям туризма;
- знание туроператоров и сферы их деятельности;
- знание специфики предложений туроператоров;
- умение использовать поисковые информационные системы, представленные на сайтах туроператорских компаний;
- проведение постоянного анализа рыночной конъюнктуры [7-8];
- совершенствование технологий обслуживания клиентов с учетом новейших тенденций развития специализированных информационно-коммуникационных технологий [6, 9, 10].

Таким образом, чтобы подобрать подходящий клиенту турпакет, менеджеру турфирмы необходимо изучить множество предложений различных туроператоров и переработать огромный объем информации. Эффективность и качество обслуживания клиентов в этом случае зависит от опыта работы, личных качеств и профессиональных навыков менеджера туристской фирмы.

Уровень квалификации менеджера по туризму, информационного обеспечения турагентства и используемых технологий оказывает существенное влияние на уровень конкурентоспособности туристской организации.

Поэтому в области информационного обеспечения туристской деятельности и разработки профессиональных систем в сфере туризма в последние годы стало появляться и использоваться все больше информационных решений для эффективной организации процесса поиска туристских услуг, в частности систем консолидированного поиска туров. Наиболее популярными среди них стали: «Слетать.ру», «Tury.ru», «Ruspo», «TourIndex» (именно такую последовательность формирует индекс популярности систем, согласно статистике счетчика рейтингов посещений mail.ru; система «TourIndex» в рейтинге не участвует).

Результаты исследований. Профессиональные поисковые системы по сути являются навигаторами в туризме, консолидируют предложения основных игроков рынка туризма, позволяют простыми средствами осуществить поиск нужного турпакета, воспользоваться которыми может каждый посетитель. Помимо этого поисковые системы предоставляют возможность пользоваться функциями по презентациям направлений туризма и отелей, предоставляют информацию о странах, визах, дают возможность забронировать тур, выбрав конкретный его состав у конкретного туроператора.

Системы предоставляют возможность использовать программное обеспечение для автоматизации внутриофисной турагентской работы: ведения

клиентских баз, осуществления контроля взаиморасчетов, печати документов, ведения отчетности, осуществления и других функций, построены по модульному принципу. Например, система «Слетать.ру» предлагает турагентам для установки следующие модули: «Поиск туров 5.0 и мобильный сайт», «Поиск туров 4.0», «Горящие туры», «ВКонтакте», «Слайдер», «Витрина отелей», «Система онлайн-оплаты», «Отзывы об отелях».

В основе работы каждой профессиональной поисковой туристской системы лежат сбор, обработка и приведение к единому формату специальных предложений туроператоров, с целью оптимизации процесса поиска конкретных туров по заданным параметрам. Приведенные к единому формату данные позволяют сделать поиск туров максимально быстрым и точным. Большое количество фильтров и критериев поиска позволяют отсеять лишнюю информацию, что существенно экономит временные затраты менеджера турагентства при отыскании подходящего предложения.

Предложения туристских операторов собираются в базе данных системы и транслируются на различные Интернет-площадки туристской направленности.

Указанные поисковые системы получили широкую популярность не только у профессионалов турбизнеса, но и у потребителей туристских услуг и могут быть использованы как средства организации коммуникаций с ними.

Заключение. Таким образом, в организации деятельности турфирмы целесообразно использовать глобальные системы консолидированного поиска туров, которые объединяют предложения множества туроператоров по разным направлениям туризма и позволяют менеджеру турагентства быстро подобрать предпочтительный по цене и другим параметрам тур, эффективно обслуживать клиентов. В настоящее время использование глобальных поисковых систем является неотъемлемым инструментом туристской деятельности и формирования конкурентных преимуществ.

Библиографический список:

1. Димитрова Е.В., Шмаркова Л.И. Информационные технологии в туристском бизнесе // Научные записки ОрелГИЭТ. 2015. № 2 (12). С. 14-17.
2. Медведкова Н.А., Шмаркова, Л.И. Использование информационных технологий в сфере услуг // Научные записки ОрелГИЭТ.- 2016 г. - № 2 (14).- С. 131-139.
3. Чемодурова С.С., Шмаркова Л.И. Динамическое пакетирование как инструмент повышения конкурентоспособности туристского предприятия // Вестник ОрелГИЭТ. 2018. № 2 (40). С.63-68.
4. Шмаркова Л.И. Особенности организации электронной коммерции в туризме // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные ис-

- следования. 2017. № 6. С. 185-189.
5. Шмаркова Л.И. Повышение эффективности турагентской деятельности на основе использования поисковых систем / Научные записки ОрелГИЭТ. 2015. № 2 (12). С. 18-22.
 6. Шмаркова Л.И. Программное обеспечение туристской деятельности // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2018. № 7. С. 180-184.
 7. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А. Особенности предпринимательской деятельности на современном рынке туризма // Профессиональное обучение: стратегические приоритеты и социальный запрос.- Под редакцией В.Н. Правдюк. - Орёл, 2017. С. 266-283.
 8. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 2 (40). С. 75-78.
 9. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. Технологии электронной коммерции в деятельности туристских организаций // Вестник ОрелГИЭТ. 2016. № 4 (38). С. 111-115.
 10. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. GDS системы как инновационный механизм повышения эффективности предпринимательской деятельности на рынке туризма // Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 3 (41). С. 73-79.

USE OF SEARCH INFORMATION SYSTEMS AS A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF AGENCY ACTIVITIES

Dorofeeva E. IY.

Keywords: *travel agent, consumer, service, technology, search, tour.*

The work is devoted to the analysis and identification of the most effective options for the use of search information systems in customer service travel agencies. The scheme is made and the procedure of service of the potential tourist by the Manager on tourism is characterized. Opportunities are identified to use a consolidated search tours.