

ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ»

Н. Г. Денисенко, ст. викладач;

Н. Я. Наливайко, ст. викладач

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму не підлягає сумніву, оскільки має за наслідок підвищення ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. У нинішніх умовах жорсткої конкуренції, притаманної ринковій економіці, жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися без Інтернет-технологій. Донести це до студентів, навчити їх ефективно користуватися сучасними технологіями туристичного бізнесу – завдання дисципліни «Інтернет-технології в туристичному бізнесі».

Вивчення інтернет-технологій у туристичному бізнесі здійснюється за кількома напрямками. Один із них – огляд використання віртуального простору для просування на ринку своїх послуг туристичними фірмами. Інформацію про далекі країни, екзотичні подорожі та ціни на туристичні послуги легко знайти через будь-яку пошукову систему. Забезпечити ж повноцінне наповнення корпоративного сайту і організувати регулярне поновлення інформації спроможна лише велика фірма, що може дозволити собі мати власний сервер і забезпечувати дороге інформаційне обслуговування.

Інтернет приваблює турфірми не тільки як рекламний канал, але й як унікальний засіб організації взаємодії філій та центральних агенцій. Великі туроператори, яким щодня доводиться підтримувати зв'язок із сотнями тур агенцій у різних країнах, уже усвідомили перевагу цього виду комунікацій. В Інтернеті можна знайти віртуальні представництва практично усіх провідних туроператорів. Саме такий пошук здійснюють наші студенти, які вчаться порівнювати недоліки і переваги роботи великих туристичних операторів.

Для того, щоб розглянути та вивчити повний цикл вибору та продажу туристичного продукту, студентам надається можливість ознайомитись з роботою однієї з туристичних агенцій Полтави – «Караван». Тут ми розглядаємо одну з найважливіших складових інтернет-технологій туризму – замовлення і бронювання туру. Існуючі системи Інтернет-бронювання турів або туристичних продуктів можна умовно розділити на дві категорії: що вимагають безпосереднього контакту з туроператором, якому ця система бронювання належить, і ті, що не вимагають такого.

Інтернет-системи бронювання, що вимагають безпосереднього контакту з туроператором, призначені для надання користувачу максимально необхідної для вибору туру інформації. Після того, як користувач або агенція визначається з майбутнім туром, ґрунтуючись на власних потребах і фінансових особливостях, за наявності місць на цей заїзд, відправляється замовлення на туроператора з вказівкою особистих даних і контактних телефонів туриста. Співробітники туроператора, які отримали замовлення, протягом нетривалого часу зобов'язуються підтвердити заявлені умови і зв'язатися з потенційним туристом.

Отримавши підтвердження від туроператора, агенція, що відправила замовлення, зобов'язана в зазначені у підтвердженні терміни сплатити вартість туру. Також слід надати необхідні для дотримання туристичних формальностей документи або в офісі туроператора, або в офісі уповноваженої регіональної агенції і отримати всю необхідну для здійснення поїздки документацію. Подібні системи бронювання є на сайтах усіх провідних туроператорів України. В нашій країні така схема роботи є єдиним способом Інтернет-бронювання турів у візові країни.

Застосування інструментів on-line бронювання значно полегшує як працю агента, так і туроператора. Зрозуміло, можливість роботи з бронювання турів у режимі реального часу вимагає як від туроператора, так і від користувача готовності виконувати певні зобов'язання і відповідальності, що вказуються в договорі. Підписання останнього передувє відкриттю для користувача доступу до системи бронювання.

Нині, коли інформаційні технології надають широкі можливості для ефективнішого розвитку бізнесу, майбутнім менеджерам з туризму потрібно використовувати їх як трамплін на вищі щаблі бізнесу.