

Роль интернет-технологий в туристической отрасли

В современном мире большинство людей пользуются интернет-технологиями. Их эффективное использование становится одной из главных задач в современном туризме. Создание глобальных компьютерных систем бронирования, экскурсионного обслуживания, информация о доступности каких-либо туров, маршрутов, рейсов - все эти вопросы становятся актуальными для организации деятельности туристских предприятий.

Без Интернета мы не можем представить себе деятельность современной туристической фирмы. Интернет используется в основных бизнес-процессах туристической компании, начиная с поиска и привлечения клиентов, и заканчивая созданием турпродукта.

Турпродукты на сегодняшний день занимают одно из лидирующих мест по количеству продаж в сети Интернет. Это происходит потому, что турист сам хочет проектировать свой отдых и, соответственно, он отказывается от покупки готового тура через турагентства. По данным исследования Google Travel [1], только 13% путешественников все еще используют туристические агентства, в то время как 74% путешественников планируют свои поездки в Интернете самостоятельно. Осознавая эту тенденцию, туристическая отрасль адаптировала свою деятельность по продвижению турпродукта, используя интернет-технологии для большего привлечения клиентов.

В первую очередь Интернет в индустрии туризма применяется в маркетинге. Технология задействует практически все аспекты маркетинга, среди которых выделяют:

- интернет-рекламу. Рекламная визуализация туристических продуктов и услуг с помощью мультимедийных технологий оказывает большее влияние на потенциального клиента, чем стандартные брошюры, каталоги и листовки.
- продвижение через социальные сети, блоги с отзывами клиентов, сообщества, видеохостинги и т.д. Потребители туристического рынка нуждаются в информации (фотографии, подробные описания, отзывы), которую не способны обеспечить ни печатные издания, ни телевидение, ни радио;
- специальные веб-сайты для предоставления информации о конкретных туристических маршрутах, местах размещения, транспорте и т.д. [2].

Интернет позволяет совершенствовать деятельность турфирмы и туроператоров, ускоряя взаимодействие с клиентами и предоставляя всю необходимую информацию. Одну из важных функций в планировании тура выполняют современные системы бронирования.

Цели систем бронирования:

- предлагать поставщикам туристических услуг (авиаперевозки, прокат автомобилей, отели, туроператоры, железная дорога и др.) надежную и высокоэффективную мировую сеть сбыта, предоставляющую им доступ к наибольшей в мире базе клиентуры, принадлежащей туристическим агентствам и коммерческим бюро авиакомпаний;
- предлагать туристическим агентствам мощный инструмент управления и маркетинга, позволяющий им быть конкурентоспособными и прибыльными, иметь доступ, как к местным, так и международным провайдерам, обеспечивать управление деятельностью и вести финансовый учет работы фирмы;
- предлагать авиакомпаниям возможность использования системы в их коммерческих бюро таким образом, что и авиакомпании и турагентства могут работать через одну и ту же систему;
- обеспечивать глобальное обслуживание посредством технических связей и союзов с другими системами.

Взаимодействие туроператора с компьютерными системами бронирования создает возможность:

- интегрироваться в мировой туристский рынок;
- быстро управлять своей деятельностью;
- расширять рынок сбыта туристического продукта;
- планировать маркетинговую деятельность;
- предварительно формировать списки потребителей и заблаговременно обеспечивать загрузку;
- анализировать спрос на туристическую продукцию и многое другое [3].

Современные технологии обеспечивают качественную и эффективную работу во всех отраслях экономики, включая индустрию туризма. Сегодня никто не сомневается, что современные технологии и путешествия являются идеальным сочетанием.

Таким образом, каждый год увеличивается количество туристических фирм, использующих в своей деятельности возможности сети Интернет. Он позволяет турфирмам работать по новым технологиям, на абсолютно другом уровне. С помощью Интернета, для субъектов туристической сферы возникла новая возможность успешно продвигать и продавать услуги и продукты для удовлетворения требований, потребностей и желания потребителей. Интернет-ресурсы открывают новые формы общения и работы с клиентами, обеспечивают доступ к разнообразным информационным источникам и значительно увеличивают эффективность работы.

Литература

1. Электронный ресурс www.wearemarketing.com. – Режим доступа: <https://www.wearemarketing.com/blog/tourism-and-technology-how-tech-isrevolutionizing-travel.html>.
2. Электронный ресурс www.ijcsit.com. – Режим доступа: <https://www.ijcsit.com/docs/Volume%202/vol2issue6/ijcsit2011020666.pdf>.
3. Электронный ресурс www.works.doklad.ru. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/Xbi5YXBLgJ4/3.html>