

Министерство образования и науки Российской Федерации
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Институт управления, экономики и финансов
Кафедра сервиса и туризма

Н.К. Габдрахманов, Рожко М.В.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

учебное пособие

Казань
2017

УДК 338.48
ББК 65.433
С56

*Печатается по решению Заседания кафедры сервиса и туризма
Института управления, экономики и финансов Казанского
(Приволжского) федерального университета
Протокол №2 от 13.09.2017*

Рецензенты:

Заведующая кафедрой сервиса и туризма Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, кандидат экономических наук, доцент Л.С. Петрик

Профессор кафедры сервиса и туризма Казанского (Приволжского) федерального университета, доктор географических наук, профессор В.А. Рубцов

Габдрахманов Н.К., Рожко М.В.

Совершенствование механизма информационного обеспечения в сфере туризма: учебное пособие / Н.К. Габдрахманов, Рожко М.В. – Казань: Изд-во Академии наук РТ, 2017. – 50 с.

В учебном пособии представлена программа лекционного курса. Представлены краткие теоретические сведения по основным темам, представлены тестовые задания для промежуточной оценки знаний, справочные сведения необходимые для изучения курса и вопросы к зачету, а также список рекомендуемой литературы.

Издание предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 43.03.02 «Туризм» и 43.03.03 «Гостиничное дело», изучающих дисциплины «Информационные технологии в туристской индустрии», «Информационные системы и технологии в гостиничном деле», «Глобальные системы бронирования», «Основы геоинформационных технологий в формировании туристского продукта».

© Коллектив авторов, 2017

© Изд-во АН РТ (оформление), 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. История создание систем бронирования.....	9
Глава 2. Amadeus	15
Глава 3. Worldspan	18
Глава 4. Galileo.....	21
Глава 5. Gabriel.....	23
Глава 6. Sabre	25
Глава 7. Интернет технологии бронирования и резервирования.	28
Заключение	35
Тестовые задания	38
Список рекомендуемой литературы	48

Введение

Информатизация – одна из наиболее ярких черт системы общественных отношений развитых стран. Человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация и знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста.

Необходимо понимать, что технологический прогресс является сегодня не только главным фактором обеспечения благосостояния нации, но и важнейшим условием процесса ее устойчивого развития. При этом приоритетное внимание должно быть уделено именно информационным технологиям, которые благодаря их особым свойствам катализатора будут активно содействовать технологическому прорыву страны не только в информационной сфере, но и во многих других не менее важных направлениях.

В современном информационном обществе повышается значение информации как товара. Это является следствием общего роста информационных потребностей и выражением развития отрасли информационных услуг. Свидетельство тому – увеличение вклада информационного сектора в создание национального богатства.

Информатизация экономики – это превращение информации в экономический ресурс первостепенного значения. Происходит это на базе компьютеризации и телекоммуникаций, обеспечивающих принципиально новые возможности экономического развития, многократного роста производительности труда, решения социальных и экономических проблем, становления нового типа экономических отношений.

Наиболее динамично развивается информатизация в сфере рыночной инфраструктуры: предприятия, осуществляющие посреднические услуги при купле – продаже товаров, ценных бумаг и валюты, равно как и рекламно-представительские услуги и аудиторскую деятельность, оснащены в основном новой современной информационной техникой.

Очередной революционный этап информатизации общества связан с необыкновенным ростом использования глобальных компьютерных сетей.

Всемирная компьютерная сеть Internet развивается столь стремительно, что ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. Не остается в стороне от этого бума и туристический бизнес.

Автоматизация и широкое применение электронной техники становятся одной из актуальнейших задач в отрасли туризма. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, внедрение новейшей технологии в сферу туризма, информация о наличии и доступности тех или иных видов поездок, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов - весь комплекс этих вопросов с учетом развития интеграционных процессов ставится в повестку дня текущей и будущей деятельности Всемирной туристской организации.

Информационная технология – это представленное в проектной форме (т. е. в формализованном виде пригодном для практического использования) концентрированное выражение научных знаний, сведений и практического опыта, позволяющее рациональным образом организовать тот или иной достаточно часто повторяющийся информационный процесс. При этом достигается экономия затрат

труда, энергии или материальных ресурсов, необходимых для реализации данного процесса.

В качестве общего критерия эффективности любых видов технологий можно использовать экономию социального времени, которая достигается в результате их практического использования. Эффективность этого критерия особенно хорошо проявляется на примере информационных технологий. Какие же виды информационных технологий представляются с точки зрения этого критерия наиболее перспективными сегодня и в ближайшем будущем? Необходимость, экономии социального времени ориентирует наше внимание, в первую очередь, на технологии, связанные с наиболее массовыми информационными процессами, оптимизация которых, как представляется, и должна дать наибольшую экономию социального времени именно благодаря их широкому и многократному использованию.

Анализируя роль и значение информационных технологий для современного этапа развития общества, можно сделать вполне обоснованные выводы о том, что эта роль является стратегически важной, а значение этих технологий в ближайшем будущем будет быстро возрастать. Именно этим технологиям принадлежит сегодня определяющая роль в области технологического развития государства. Аргументами для этих выводов является ряд уникальных свойств информационных технологий, которые и выдвигают их на приоритетное место по отношению к производственным и социальным технологиям. Наиболее важные из этих свойств, приводятся ниже.

В числе отличительных свойств информационных технологий, имеющих стратегическое значение для развития общества,

представляется целесообразным выделить следующие наиболее важные.

1. Информационные технологии позволяют активизировать и эффективно использовать информационные ресурсы общества, которые сегодня являются наиболее важным стратегическим фактором его развития. Опыт показывает, что активизация, распространение и эффективное использование информационных ресурсов (научных знаний, открытий, изобретений, технологий, передового опыта) позволяют получить существенную экономию других видов ресурсов: сырья, энергии, полезных ископаемых, материалов и оборудования, людских ресурсов, социального времени.

2. Информационные технологии позволяют оптимизировать и во многих случаях автоматизировать информационные процессы, которые в последние годы занимают все большее место в жизнедеятельности человеческого общества. Общеизвестно, что развитие цивилизации происходит в направлении становления информационного общества, в котором объектами и результатами труда большинства занятого населения становятся уже не материальные ценности, а главным образом, информация и научные знания. В настоящее время в большинстве развитых стран большая часть занятого населения в своей деятельности в той или иной мере связана с процессами подготовки, хранения, обработки и передачи информации и поэтому вынуждена осваивать и практически использовать соответствующие этим процессам информационные технологии.

3. Информационные процессы являются важным элементом других более сложных производственных или же социальных процессов. Поэтому очень часто и информационные технологии

выступают в качестве компонентов соответствующих производственных или социальных технологий.

Информационные технологии сегодня играют исключительно важную роль в обеспечении информационного взаимодействия между людьми, а также в системах подготовки и распространения массовой информации. Эти средства быстро ассимилируются культурой нашего общества, так как они не только создают большие удобства, но снимают многие производственные, социальные и бытовые проблемы, вызываемые процессами глобализации и интеграции мирового сообщества, расширением внутренних и международных экономических и культурных связей, миграцией населения и его всё более динамичным перемещением по планете. В дополнение ставшим уже традиционными средствам связи (телефон, телеграф радио и телевидение) в социальной сфере все более широко используются системы электронных телекоммуникаций, электронная почта, факсимильная передача информации и другие виды связи.

Данное учебно-методическое пособие предназначено для студентов, изучающих курс «Информационные технологии в туристской индустрии», «Информационные системы и технологии в гостиничном деле», «Глобальные системы бронирования», «Основы геоинформационных технологий в формировании туристского продукта». Пособие может использоваться в качестве дополнительного источника информации для подготовки к зачету по курсу, так как в нем даны краткие теоретические сведения по основным темам и основные понятия и определения.

Цель курса – получение студентами знаний о современных тенденциях информатизации и автоматизации в индустрии сервиса и туризма.

Глава 1. История создание систем бронирования

На сегодняшний день в мире насчитывается несколько сотен авиакомпаний с тысячами воздушных судов, по маршрутам курсируют множества поездов, кораблей и автобусов дальнего следования. В середине XX века перед транспортниками встала серьезная проблема распределения ресурса мест на транспортных средствах с минимальными затратами времени, то есть разгрузить потоки очередей в билетных кассах. Особенно остро эта проблема стояла перед воздушным транспортом, так как непроданные вовремя билет означал наличие недогруженности воздушного судна и больших упущенных прибылях авиаперевозчика.

С другой стороны, невозможность оперативного получения информации о наличии свободных мест в том или ином рейсе не позволяло туроператорам составлять сложные маршруты поездок с предварительным резервированием билетов и стыковкой по времени убытия-прибытия клиентов.

Создание автоматизированных систем резервирования и бронирования билетов должно было во многом ускорить и упростить для конечного пользователя (туристической компании или индивидуального туриста) процесс создания маршрутов следования, выбора компании перевозчика по ценовому или иному признаку.

Когда в 1960 году программисты корпорации IBM и авиакомпании American Airlines разработали первую компьютерную систему Sabre, предназначенную для резервирования билетов, многие посчитали их сумасшедшими.

American Airlines потратила на создание этой системы 150 млн. долл. На такие деньги можно было приобрести целый воздушный флот из 707 самолетов.

Начиная с середины 40-х годов сотрудники авиакомпаний регистрировали заказы на специальных цветных карточках, которые

упорядочивались и размещались в специальной вращающейся картотеке, прозванной в шутку «ленивой Сьюзен»

«Вместо того чтобы финансировать свой основной бизнес, руководство авиакомпании отважилось вложить немалые средства в массу таинственных ящичков, разбросанных по комнате, — вспоминал Клифф Тэйлор, конструктор American Airlines, принимавший участие в работе над проектом. — Многие заявляли, что наша компания сошла с ума, но мы были убеждены в своей правоте, поскольку в жизни не видели ничего более совершенного. В то время никто еще не задумывался об ошибках».

Идея создания системы Sabre родилась за шесть лет до того в самолете, во время случайной встречи генерального директора компании American Airlines К. Смита и директора корпорации IBM по продажам Блэйра Смита. Их беседа на пути из Лос-Анджелеса в Нью-Йорк впоследствии вылилась в совместное исследование корпорациями IBM и American Airlines процедуры резервирования билетов. Целью проекта, разработка которого началась в 1954 году, было создание автоматической системы резервирования.

Пять лет спустя обе компании решили воспользоваться результатами работ исследователей Массачусетского технологического института, которым удалось реализовать коммерческий проект системы безопасности воздушного движения SAGE (Semi-Automatic Ground Environment). Система SAGE стала ответом сторонников мирных путей развития на милитаристские устремления правительства США и развязывание холодной войны. Данный проект положил начало технологиям оперативной обработки информации и имел гораздо большее значение для развития коммерческих вычислительных систем, чем для обеспечения национальной безопасности. Именно эти решения впоследствии легли в основу системы Sabre.

К началу 1960 года American Airlines уже имела в своем распоряжении полуавтоматическую систему Reservisor, однако агенты, резервировавшие билеты, по-прежнему должны были выполнять

большинство операций вручную, оформляя заказы по телефону, отправляя телеграфные сообщения и тратя массу времени на заполнение бумажных документов. По словам Тэйлора, вероятность ошибки составляла около 8%. Сама по себе эта цифра кажется достаточно большой, однако в то время данная автоматизированная система была, безусловно, лучшей из имеющихся у авиакомпаний. Пользователи надеялись, что серьезные инвестиции в Sabre помогут уменьшить число сбоев без увеличения стоимости операций. Первоначально IBM и American Airlines разместили центральный вычислительный центр в самом центре Манхэттена.

Первая отечественная система бронирования и резервирования – СИРЕНА – СИстема РЕзервирования и бронирования На Авиалиниях. В 1964г. лаборатория №17 Института проблем управления Российской Академии Наук объявила о начале работ по созданию нового класса больших компьютерных систем с мультидоступом к удаленной базе данных в реальном масштабе времени, получивших название автоматизированных систем массового обслуживания (АСМО), включая методы расчета и проектирования. Постепенно это научно-техническое направление приобрело огромную популярность в СССР. В партнерстве с ИПУ РАН работали десятки научно-исследовательских организаций и предприятий, производивших технические средства.

Начиная с 1965г. и почти до начала 90-х годов лаборатория возглавляла разработку и сопровождение первой в СССР, крупной АСМО для нужд Аэрофлота СССР – "СИРЕНА". В рамках этого проекта были реализованы передовые идеи, которые в дальнейшем стали основополагающими для вычислительных систем самого разнообразного назначения, а именно: удобный человеко-машинный интерфейс, удаленный множественный доступ к базе данных в режиме on-line, быстрая обработка транзакций, и др.

В итоге на территории СССР было образовано несколько десятков компьютерных центров системы "СИРЕНА", связанных друг с другом

разветвленной сетью и обслуживающих несколько тысяч кассовых терминалов.

1992: Создание проекта "Сирены-2М" – начало применения персональных ЭВМ типа IBM PC в центрах обработки данных вместо СМ-2М, а затем и в качестве рабочих мест кассира.

1996-97: Создание проектов "Сирена-2.3", "Сирена-2000". Расширенный набор услуг, функций, отвечающий современным потребностям.

На сегодняшний день в России по-прежнему эксплуатируется единственная отечественная система бронирования билетов – «Сирена» в разных модификациях, однако на ее основе создаются специализированные средства расширяющие возможности базовой системы.

Эксплуатировавшаяся с 1987 года «Сирена-2» не удовлетворяла потребности возросшего пассажиропотока и было принято решение о ее модернизации было разработано несколько альтернативных проектов: «Сирена-2М», «Сирена 2.3», «Сирена 3», «Сирена 2000».

«Сирена-2М» была запущена в Москве в 1994 году, и работает по сей день.

Недостаток «Сирены», с которым приходилось мириться до последнего времени, – это географический принцип размещения ресурсов. Поясню, в чем он заключается. Для того чтобы обеспечить наилучшие условия продажи, авиакомпания вынуждена хранить свои ресурсы, в частности, обратные рейсы в центрах, контролирующих пункты отправления этих рейсов. Географический принцип достаточно неудобен для авиакомпаний, так как противоречит ее естественному стремлению собрать все собственные рейсы в одном центре, как это принято в мировой практике.

Летом 1999 г. проект создания системы "Сирена-3", был успешно завершен. Прототипом новой системы стала американская компьютерная система бронирования "Сейбр".

В начале сентября 1999 г. Международная технологическая корпорация «Сирена» объявила о начале опытной эксплуатации автоматизированной системы управления перевозками на воздушном транспорте «Сирена-3», которая лишена вышеупомянутых недостатков.

Автоматизированная система управления воздушными перевозками "Сирена-3" является компьютерной мультихостовой системой с единой базой данных и собственной многофункциональной телекоммуникационной спутниковой системой связи.

В настоящее время "Сирена-3" включает в себя следующие функциональные подсистемы: "Обслуживание пассажиров", "Управление отправлениями – Регистрация в аэропорту/Планирование загрузки", "Учет выручки". Планируется внедрение подсистем "Управление доходами" и "Управление грузовыми перевозками". На сегодняшний день к АС "Сирена-3" уже подключены авиакомпании: "Уральские авиалинии", "Самара", "Башкирские авиалинии", "Комиинтеравиа". Ведутся работы по подключению "Тюменьавиатранс", "Красноярские авиалинии" и "Аэрофлот-Дон".

Создатели «Сирены-3» закупили у американской авиакомпании ядро системы (полностью перенести ее на отечественную почву оказалось невозможно из-за ряда специфических проблем) и нарастили его собственными программными модулями. Система имеет централизованную структуру. В ее главном узле находятся основной обрабатывающий комплекс и телекоммуникационный центр. В периферийных узлах, соединенных с главным спутниковыми линиями связи, — различное терминальное оборудование (кассовые аппараты на базе ПК, печатающие устройства, телекоммуникационное оборудование и пр.).

Технический уровень зарубежных систем резервирования и бронирования значительно выше. Они более мобильны, многофункциональны, надежны, просты в управлении, интегрированы в глобальные сети Интернет.

К числу таких систем относятся "Амадеус", "Галилео", "Габриэль", "Сэйбр", "Fidelio Hotel Bank", "Worldspan" и др.

Глава 2. Amadeus

АМАДЕУС – ведущая Глобальная распределительная система (ГРС) и технологический провайдер, удовлетворяющий потребности мирового рынка в маркетинге, продаже и распределении туристических услуг. Наибольшее число офисов туристических агентств во всем мире выбрали Амадеус.

Использование системы Амадеус позволяет узнать график полетов рейсов 753 авиакомпаний, возможность забронировать места на рейсы 423 авиакомпаний (более 95% мирового рынка регулярных пассажирских авиаперевозок).

Из российских авиакомпаний в Амадеус представлены: Аэрофлот, Трансаэро, Пулковские авиалинии, Ист Лайн, Уральские авиалинии, а/к Сибирь, а/к Самара, Красноярские авиалинии, Калининградские авиалинии, Кавминводавиа, Центравиа, авиакомпании под кодом ТКП.

Система также обеспечивает доступ к ресурсам 51 000 гостиниц, 48 компаний по прокату автомобилей и позволяет работать с продуктами туроператоров, железными дорогами, круизными и страховыми компаниями.

Система Амадеус была основанная в 1987 г. и начала полноценное функционирование с 1992 г. Структура управления системой включает в себя штаб квартиру в Мадриде, базу данных, где храниться вся информация, в Эрдинге (недалеко от Мюнхена), Германия и центр по развитию системы, расположенный в Софии Антиполисе (рядом с Ниццей), Франция.

"Амадеус" концентрирует в себе информацию о заказе билетов на рейсы международных авиакомпаний, аренде автомобилей, бронировании мест в гостиницах и представляет собой самую объемную базу данных. КСБ "Амадеус" доступна через компьютерные сети и работает на автономных системах. Воспользоваться ею могут уже около 170000

профессионалов, работающих в сфере путешествий и туризма на всех пяти континентах.

"Амадеус" является самой популярной компьютерной системой бронирования и способна оказывать большее количество международных услуг, чем любая другая подобная система. За считанные секунды "Амадеус" позволяет любому агенту в реальном времени получить самую точную на данный момент информацию для бронирования, дополняя сервис высокоразвитыми функциями управления, что еще более повышает продуктивность его работы. Вся данная информация является гарантированно "нейтральной", то есть никому из компаний, предоставляющих свои услуги, не отдается предпочтение. Это дает пользователям истинное представление о доступных вариантах.

Партнерство во имя развития – именно эта философия является движущей силой, направляющей развитие продуктов и услуг компании "Амадеус". Полная нейтральность и независимость всех продуктов "Амадеус" помогает представить клиентам всеохватывающую картину вариантов отдыха и путешествий.

"Амадеус" предлагает самый надежный спектр услуг сферы путешествий и туризма, а также предоставляет полный инструментарий управления, доступный из любого места.

AMADEUS Air – это система, обеспечивающая доступ к самому обширному выбору международных авиарейсов в мире, предоставляя в режиме реального времени расписания полетов более 400 авиалиний.

AMADEUS Fare Quote – крупнейшая и тем не менее простая в использовании база данных по тарифам авиалиний. Вся нужная информация доступна с помощью одного запроса, поэтому нет необходимости просматривать на дисплее результаты дополнительных запросов. Здесь быстрое и простое получение комбинированных цен для сложных маршрутов с предоставлением возможных скидок – и все это в одной операции. При этом нет нужды в бронировании для квотации цен или запросов.

Система AMADEUS Hotels предлагает точную, скорректированную до последней минуты информацию о размещении ориентировочно в 35000 сетях отелей и гостиниц во всем мире. Дополнительно эта система предоставляет очень ценные сведения о местонахождении гостиницы, наличии свободных мест, о видах услуг и специальных расценках, оговариваемых конкретным агентством. С помощью разнообразных легко читаемых и настраиваемых экранов можно предложить клиентам именно тот номер в гостинице, который больше всего им подходит.

Глава 3. Worldspan

Процесс интеграции в сфере автоматизированных систем бронирования (АСБ) неизбежно ведет к полному слиянию некоторых систем. В 1990 г. начались переговоры между Дельта Эйр Лайнз, Нореуэст и Транс Уорлд Эрлайнз о слиянии принадлежащих им систем "Датас" и "Парс". В итоге в начале 1990 г. была создана единая АСБ под названием "Worldspan", которая вошла в действие в 1993 г.

Worldspan считается самой динамично развивающейся компьютерной системой бронирования в мире. Вот уже почти три года, как эта система представлена на российском рынке.

На сегодня подписчиками Worldspan являются 110 агентств в России и странах СНГ. Причем по 1–2 подписчика имеется почти во всех регионах страны: Екатеринбурге, Тольятти, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Хабаровске, Владивостоке, Южно-Сахалинске и др.

Суммарный объем бронирования составляет около 16 тыс. сегментов в месяц, то есть в 2 раза меньше, чем в Amadeus.

Из общего числа агентств, подключенных в Worldspan, более 60% работают с телефонной версией системы – Dial Link. По словам директора московского офиса Worldspan Михаила Кучерова, именно этот вариант системы сначала предлагается агентствам, впервые решившим подключиться к компьютерным системам бронирования билетов. Dial Link достаточно демократичная система, поскольку не требует выполнения жестких объемов бронирования.

Условия пользования стационарной версии Worldspan очень схожи с принципами работы Amadeus. Необходимый месячный объем бронирования 570 сегментов. Максимальная месячная абонентская плата (при полном отсутствии бронирований) составляет 850\$.

В ближайшее время Worldspan начинает реализацию в России нового продукта – AGG, который, видимо, позволит значительно увеличить число подписчиков и объемы бронирования.

Новая телефонная версия AGG – это симбиоз стационарной Windows-версии Worldspan и телефонного варианта Dial Link. AGG будет обеспечивать все режимы работы стационарной системы (например, режимы Script – упрощенный ввод команд, Pro File – введение клиентской базы данных и др.). "Изюминка" AGG – возможность подключения к системе нескольких офисных компьютеров через один модем. Таким образом, занимается всего один телефонный номер, что при общей для всех агентов проблеме дефицита телефонных линий весьма важно. И, конечно, AGG дает все преимущества работы в среде Windows – возможность создания дружественного интерфейса, многооконность и др. AGG уже прошла успешную обкатку в ряде стран.

В скором времени российским подписчикам также будут предложены несколько полезных дополнительных утилит к Worldspan: Fare Deal, Secure Rate – для работы и доступа к конфиденциальным тарифам авиакомпаний и отелей.

В связи с усиливающейся регионализацией туристского рынка, расширением присутствия туристских авиакомпаний в России и в силу некоторых других причин, в представительстве Worldspan ожидают значительного роста интереса к системам бронирования, особенно в областях страны.

Кроме того, здесь предусмотрена автоматическая калькуляция тура с учетом бронирования и налогов (Power Pricing), а также поиск по заданным датам стыковки маршрута с учетом оптимальной цены и реального наличия мест (Power Shopper).

Одновременно в системе Worldspan предусмотрен переход на протокол передачи данных x.25, для обмена информации с центральным сервером в Атланте.

Это позволит российским фирмам бронировать ранее недоступные сегменты услуг: железнодорожные, круизные и паромные билеты.

Глава 4. Galileo

Одна из ведущих компьютерных систем бронирования в мире – Galileo – до сих пор имеет в России свое представительство.

ЗАО "Галилео-Рус" является национальной дистрибьютерской компанией международной автоматизированной системы бронирования авиационных билетов и резервирования других туристических услуг GALILEO на территории России, Белоруссии, Грузии, Казахстана, Киргизстана, Литвы и Латвии.

Галилео-Рус на сегодняшний день стало серьезным конкурентом и Amadeus, и Worldspan, поскольку позиции Galileo в мире весьма сильны. После присоединения к ней в 1993 году американской системы бронирования Apollo, по числу используемых терминалов бронирования, она стала номером один среди компьютерных систем бронирования в мире. В конце марта 1996 года с Galileo слилась еще одна крупная компьютерная система бронирования – Gets, что автоматически добавило системе более 1000 агентов-подписчиков в странах Азии, Центральной и Южной Америки, Африки и Восточной Европы.

GALILEO – возможность бронирования и продажи билетов более 500 авиакомпаний, резервирование номеров в 230 гостиничных цепочках, прокат автомобилей в 15000 городах, бронирование круизов, туров, билетов в театры, информация о тарифах, погоде, визах, прививках, кредитных картах и многое другое.

Последний вариант Galileo под Windows называется Focalpoint. По набору предлагаемых в дополнение к основной версии системы программных средств Galileo, пожалуй, обгоняет все другие системы бронирования. К числу таких полезных утилит относится Premier Spectrum, Relay Productivity Tools, Leisure Shopper.

Так, программа Premier позволяет агентствам полностью автоматизировать работу по обслуживанию клиентов. Например, вести

клиентские базы данных, создавать собственные экранные формы и меню, сохранять наиболее часто повторяющиеся запросы и т. д.

Фирма Ковиа (Аполло) является совладельцем Galileo, а авиакомпания-совладельцы Galileo имеют пакеты акций Аполло. В настоящее время эти две системы (Аполло и Galileo) превращаются в технологически и оперативно единую сеть при ведущей роли Ковиа в программном обеспечении и тесном сотрудничестве этих систем в сфере маркетинга.

Первоначальный пакет услуг Galileo предоставляется по существу от Аполло, и такая же ситуация с другими новыми АСБ: Амадеус – Систем Уан, Абакус – Уорлдспэн, где АСБ США также выполняют программное и технологическое обеспечения развития новых АСБ. Между членами этих пар, а также Амадеус и Абакусом произошел обмен акциями и подписаны соглашения по маркетингу.

Глава 5. Gabriel

К значительным событиям в области интеграции АСБ следует отнести превращение в систему международного класса АСБ "Габриэль"(ГЕТС), к которой подключены российские авиакомпании "Аэрофлот", "Трансаэро", "Внуковские авиалинии", "Россия", "Ориент" и ряд других.

До конца 80-х годов Габриэль, предоставляемая авиакомпаниям в числе прочих технических услуг СИТА, являлась общей компьютерной базой обособленных в коммерческом и эксплуатационном плане АСБ 54 авиакомпаний мира, преимущественно африканских и латиноамериканских.

В 1989 году по предложению ряда авиакомпаний, использующих Габриэль, СИТА объявила о создании пакета расширенных услуг системы, предназначенных для использования не только авиакомпаниями, но и турагентствами.

Этот пакет, помимо бронирования мест в самолетах, гостиницах и проката автомобилей, включает услуги по учету часто летающих пассажиров, получающих в связи с этим определенные льготы, а также по управлению доходностью перевозок и автоматизации работы офисов. Он получил название ГЕТС (Габриэль – расширенные туристские услуги).

ГЕТС предназначен для подключения к системе Габриэль туристских агентств в странах авиакомпаний – участников системы, располагает определенным исходным рыночным потенциалом, имея 44000 терминалов системы Габриэль в 20000 офисов 54 авиакомпаний, расположенных в 1200 городах мира. В Рунете Система Габриэль представлена сайтом www.AVIABILET.RU

При оценке ГЕТС как инструмента маркетинга необходимо иметь в виду принципиальные различия между этой системой и другими АСБ с точки зрения их коммерческой эффективности.

Во-первых, АСБ чрезвычайно широко представлена на основных пассажирских образующих рынках, тогда как ГЕТС имеет доступ к весьма ограниченному не интегрированным национальным рынкам развивающихся стран, которые при их внушительном числе дают менее 10 % мирового объема пассажирских международных перевозок.

Во-вторых, все основные АСБ во все возрастающей степени превращаются в единую взаимосвязанную систему вследствие оперативного взаимодействия, финансового, технологического и даже организационного взаимопроникновения, в то время как ГЕТС еще предстоит неизбежное включение в этот процесс, по мере выхода авиакомпаний – членов системы на уровень современного маркетинга.

В-третьих, интеграция АСБ упрощается действиями практически всех ведущих и многих менее значительных авиакомпаний их параллельным членством в нескольких, а в ряде случаев и во всех системах этого класса. Для авиакомпаний – членов ГЕТС это пока является редким исключением.

Глава 6. Sabre

В 1976 году американская авиакомпания Юнайтед первой ввела в действие автоматизированную систему бронирования АСБ Аполло, а вскоре это сделала и авиакомпания Америкэн – АСБ Сэйбр. Обе системы быстро стали коллективными. С середины 80-х годов эти системы стали приобретать статус международных, чем и вызвали среди авиакомпаний других регионов мира озабоченность за свои коммерческие позиции. Помимо Аполло и Сэйбр, в США в ходе конкурентной борьбы к настоящему времени удалось выжить двум системам этого класса – Систем УАН и Уорлдспэн.

Все американские АСБ активно сотрудничают с турагентствами в целях максимального расширения своих сетей продажи. Для этого они выделяют значительные средства на непосредственную работу с турагентствами для вовлечения последних в свои системы и предоставляют им дополнительно возможность покупки услуг автоматизации внутренних расчетов и бухучета. Американские АСБ постоянно расширяют комплекс услуг и повышают их качество, добиваются максимального проникновения на рынки как путем географической экспансии, так и охватом все большего числа клиентов на индивидуальной основе.

Это может быть видно из перечня нововведений Сэйбра. В успешном продвижении услуг Сэйбра важное значение сыграли две специализированные программы: Коммерческий Сэйбр (КС) и Изи Сэйбр (ИС). КС дает возможность фирмам, а ИС – отдельным гражданам входить в Сэйбр со своих ПК для бронирования мест на самолетах, в гостиницах, аренды автомобилей и др. Владелец ПК может теперь в любое время суток выбрать и забронировать место для полета на любой из авиакомпаний, рейсы которых находятся в системе Сэйбр. Его запрос автоматически

передается в объединение турагентств, один из членов которого оформляет и доставляет пассажиру его авиабилет.

В числе основных усовершенствований системы Сэйбр следующие:

- информирование об услугах Всемирной ассоциации туристических агентств по предоставлению переводчиков, носильщиков, автомобилей, многоязычных гидов, бронированию гостиниц и посещения театров, организации экскурсий и т. д.;

- информирование о погоде, включая прогноз в 80 городах;

- информирование о валютах и курсе обмена в гостиницах и об особенностях аэропортов за пределами США и Пуэрто-Рико;

- упрощенный поиск самых низких цен за пролет с помощью запроса по критериям (без штрафа в случае отказа, без лимитирования минимального и максимального времени пребывания в пункте назначения и без требований по предварительной покупке билета), а использование специальной программы позволяет автоматически, день за днем перебирать все рейсы в поиске наиболее низких цен т. к. многие авиакомпании с приближением даты вылета рейса снижают цены, чтобы заполнить остающиеся места;

- введение новой программы по бронированию мест на железных дорогах, автобусах и пассажирских судах;

- осуществление дальнейшей автоматизации туристского обслуживания с демонстрацией на дисплеях географических карт, фотоснимков мест отдыха, гостиниц и достопримечательностей с использованием примерно 150 критериев для выбора нужного клиенту размещения.

Названные факты развития Сэйбра свидетельствуют о весьма высоком уровне автоматизации американской туристской индустрии, где турагентства уже поделены между четырьмя АСБ и не приходится ожидать значительного роста этих систем за счет внутреннего рынка.

В связи с этим американские АСБ, прежде всего Сэйбр, увеличивают экспансию при проникновении на рынки других регионов, Помимо США

16000 терминалов Сэйбра были установлены в более чем 2000 турагентств 45 стран мира на 6 континентах.

Особое внимание Сэйбр уделяет, помимо Канады, проникновению в регионы Европы и Азии/Тихого океана. Системе удалось существенно укрепить свои позиции в Австралии и Новой Зеландии. В Новой Зеландии турагенты страны получили доступ в Сэйбр через местную АСБ МААРС, терминалы которой установлены в более чем 400 туристских офисах. Кроме того, Сэйбр подписал соглашения о полном взаимном доступе между системами с крупными азиатскими авиакомпаниями Джал, Кориэн Эр Лайнз и Малишен Эрлайнз, а также имеет в качестве участников системы пять небольших авиакомпаний региона.

Сэйбр заключил соглашения сведущей авиакомпанией Ближнего Востока Галф Эйр, которая получила максимально возможный без покупки акций статус в системе. Это позволит арабской компании автоматизировать у себя бронирование, продажу, контроль складских запасов, управление доходами и другие функции. Галф Эйр также получила исключительное право на маркетинг Сэйбра в районе Ближнего Востока.

В настоящее время Сэйбр сосредоточил свои усилия на Европе. Америкэн Эрлайнз значительно расширила возможности Сэйбра в Западной Европе, добившись согласия авиакомпаний Бритиш Эрвэйз, Люфтганза и САС на продажу их билетов турагентствами через терминалы Сэйбра в странах этих авиакомпаний с предоставлением услуг АСБ.

Сэйбр заключил соглашение с компаниями Кластер Круиз Лтд и Принсесс Круизис о разработке системы информации и бронирования для морских круизов. Этот вид отдыха, по данным Сэйбр, является наиболее быстро развивающимся сектором в туристской индустрии с ожидаемым ростом в 90-х г.г. на уровне 10 %.

Глава 7. Интернет технологии бронирования и резервирования.

Большое значение в деятельности современных туристских агентств имеет оперативная их связь между собой, с туроператорами в местах путешествия и отдыха, с гостиницами и транспортными фирмами и компаниями. Это особенно важно для розничных турагентств, занимающихся реализацией заказных туров.

Размещение и взаимосвязь, в том числе оперативную коммуникацию турагентств в современном мире, можно представить как некую сеть розничных туристских магазинов, реализующих потребителям услуги удаленных от них туроператоров и отдельных поставщиков услуг. Скорость информации при этом приобретает первостепенное значение. Поэтому информационные технологии – это одно из важнейших направлений инновационной политики в турагентстве.

Система информационного обеспечения туристской отрасли включает: компьютерные системы бронирования и резервирования авиабилетов, глобальные распределительные системы, локальные системы бронирования туров, интегрированные коммуникационные сети, систему электронной почты, Интернет, туристские серверы, мультимедийные и офисные технологии.

В странах Западной Европы и США туристские услуги занимают первое место по объему продаж в Интернете. Согласно данным аналитической компании PhoCus Wright в ближайшие два года европейский туристский рынок on-line вырастет на 300 % и достигнет объема в 10,9 млрд долл., в то время как в 2000 г. его объем составил 2,9 млрд долл.

Турбизнес с его глобальным характером и стремлением предложить потенциальному путешественнику максимальный выбор вариантов не случайно оказался той разновидностью деловой активности, в которой электронная коммерция сделала впечатляющие шаги.

Глобальные системы компьютерного бронирования представляют собой наиболее разветвленные и мощные сети электронной коммерции, через которые бронируется и оплачивается широкий спектр услуг социально-культурного сервиса и туризма.

Развитие Интернета меняет туристский бизнес во всем мире настолько стремительно, что многие компании с трудом успевают приобщиться к новым технологиям. Хотя отдача от электронной коммерции (e-commerce) еще до конца не проанализирована и некоторыми специалистами ставится под сомнение, вовлечение турфирм в электронный мир, особенно в США и Западной Европе, происходит огромными темпами. Компании, имеющие свои сайты или страницы в Интернете и использующие Интернет-системы бронирования, получают новые высокоэффективные маркетинговые каналы продвижения своих услуг.

В настоящее время, по данным исследований британской маркетинговой группы PhoCusWright, с помощью Интернета в мире бронируется только 3 % на 7 млрд долл. Среди различных сегментов тура наиболее часто резервируются авиабилеты (около 84%), значительно опережая продажи отелей и автомобилей. Продажи путешествий в режиме on-line в 2,5 раза превосходят по объему продажи компьютерной техники и более чем в 3,5 раза сетевую реализацию книг.

Электронная коммерция работает более эффективно, если при этом используется e-mail (электронная почта). Электронная почта — обмен почтовыми сообщениями с любым абонентом сети Интернет. Почтовая рассылка по эффективности рекламного воздействия опережает рекламу через баннеры, причем фирме совсем необязательно иметь свой сайт в Интернете.

Для России эта тенденция также актуальна. Сейчас доступ к глобальной компьютерной сети имеют около 3 млн чел., и этот показатель стремительно увеличивается.

Яркими представителями электронной коммерции являются Интернет-магазины. Туристский электронный магазин — это новое

явление в Рунете. Основное его преимущество заключается в благоприятном воздействии на потенциального покупателя. Кроме того, большинство клиентов к моменту прихода в офис уже определились с выбором тура, что значительно снижает нагрузку на менеджеров в офисе. Если в программном обеспечении предусмотрена связь с внутриофисной программой, то к моменту прихода туриста в офис уже могут быть выписаны необходимые документы. Из отечественных фирм реально работает «Сеть магазинов горящих путевок», также близко подошли к созданию собственных электронных магазинов фирмы «Содис» и GreenEx.

Одним из вопросов для традиционных туристских фирм является проблема их выживания в условиях широкого проникновения на российский рынок электронной коммерции. Ведь уже сейчас зарубежный опыт свидетельствует, что многие предпочитают просто зайти в Интернет и самостоятельно сформировать пакет туруслуг, чем оплачивать услуги туроператоров и турагентов по организации своего отдыха. Но совершенно очевидно, что в этом случае речь идет об индивидуальном туризме и немассовых и нечартерных направлениях. Кроме того, вряд ли полностью сформированный через Интернет тур будет дешевле, чем аналогичный тур, предоставляемый туроператорской фирмой. Это объясняется несколькими причинами.

Во-первых, крупные туроператоры имеют групповые скидки и чартерные рейсы, которые существенно снижают общую стоимость тура. Недорогой билет по групповому или блочному тарифу купить через Интернет индивидуальному заказчику вряд ли удастся. Хотя зачастую некоторые авиакомпании, например, Lufthansa, для привлечения клиентов организуют аукционы, на которых можно приобрести билет в 1,5 — 2 раза дешевле рыночной стоимости.

Однако, планируя отдых, вряд ли целесообразно учитывать такого рода маловероятные сделки.

Во-вторых, туроператорские фирмы имеют существенные скидки в отелях, с которыми у них заключены контракты. Кроме того, встречаются

ситуации, когда объект размещения лишь привлекает виртуальных посетителей спецпредложениями, а на практике подтвердить их не может.

В-третьих, безвизовое пространство для россиян ограничено, так что в большинстве случаев необходимо получение визы, а через Интернет это практически невозможно.

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.). Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность информационным системам туристских агентств. Функциональные возможности этих систем должны обеспечивать ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок, предусматривать вывод информации в форме различных документов: анкет, списков туристов, описаний туров, гостиниц; рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, контролировать оплату туров, формирование финансовой

отчетности, перевод экспорт-импорт данных в другие программные продукты (Word, Excel, бухгалтерские программы) и прочие возможности. Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), выбрав оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т. п.

п.нирование туризм

Бронирование – предварительное закрепление за определенным туристом или пассажиром мест в отелях или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату. При несвоевременном отказе туриста от тура, могут быть назначены штрафные санкции, то есть часть стоимости тура не возвращается. В свою очередь турфирма выплачивает штраф гостинице или перевозчику, у которого были заказаны места. Условия бронирования и отказа от бронирования желательно выяснить перед покупкой тура.

Бронировать индивидуальный номер можно напрямую с гостиницей по телефону или через веб-сайт — её собственный, принадлежащий бренду данной гостиницы или подключенный к одной из систем, осуществляющей онлайн бронирование. Расценки на общих туристических сайтах-порталах могут быть более высокие, либо такие же, – если у таких порталов имеется договор с гостиницей. То же относится и к посредничеству турфирм.

Иногда уровень цен, предлагаемый турфирмой-посредником все же может быть ниже уровня цен, устанавливаемого самой гостиницей. Это возможно в том случае если, турфирма-посредник, являясь крупным игроком на рынке, предварительно (за несколько месяцев) выкупает квоту номеров гостиницы на определенный период, — гостиница делает существенную скидку за гарантированную продажу своих номеров в этот период и уменьшение рисков по управлению своей номерной емкостью, а турфирма-посредник, чтобы продать уже выкупленные номера, старается установить цены ниже тех цен, по которым однотипные номера в этот же период продает сама гостиница. Однако стоит иметь в виду, что

бронирование, осуществлённое через посредников более жёстко регламентировано существующей у него системой штрафов: например, в случае запоздалой отмены бронирования, гостиницы или фирмы-посредники вынуждены требовать обязательной оплаты полной стоимости номера или определённого процента. Без бронирования, с ходу получить номер в гостинице зачастую бывает трудно, особенно если гостиница располагается в оживлённом районе, или день приходится на какие-то важные местные мероприятия, вызывающие непривычно высокий приток туристов.

Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса практически немыслимо без использования современных информационных технологий.

Без многостороннего компьютерного обеспечения сегодня невозможно успешное функционирование туристской фирмы. Перед турфирмами, осваивающими данные технологии, стоит целый ряд проблем: это вопросы и финансового вложения в аппаратуру, в пакеты программ, и дизайна, и подготовки персонала, и освоения программ. И если фирмы решают эти проблемы, используют в полной мере компьютерные технологии при формировании, продвижении и реализации туристских продуктов, они имеют успех на туристском рынке.

В настоящее время внедрение электронных технологий полностью захватило турагентства – информационная сеть Интернета начинает оказывать серьезное влияние на развитие туристского бизнеса во всех странах мира. Интернет-системы и компьютерные системы бронирования в настоящее время являются полноправными участниками, влиятельнейшими секторами туристского рынка.

Управление крупными туристскими фирмами требует использования глобального (охватывающего большие регионы или даже весь мир) менеджмента и одновременно – применения более строгого финансового контроля. В этих случаях также необходимы компьютерные системы коммуникации.

Расширение операций географически (или создание новых рынков) наилучшим способом могут дать именно компьютерные системы бронирования и резервирования, распространяющие свои возможности по всему миру.

Уже имеются исследования специалистов по туризму WTO, прогнозирующие завоевание компьютерными сетями значительной части туристского рынка. Те же специалисты считают, что туроператоры и турагенты найдут свою нишу и останутся на рынке в качестве специализированных предприятий и консультационных пунктов продаж. Уже сейчас заметным вкладом компьютерных систем в сфере туризма являются ускорение информационных потоков и расширение возможностей выбора и бронирования.

Заключение

Подводя итог, можно констатировать, что будущее за транснациональными системами бронирования, именно они будут оперировать основной массой билетов. Наряду с билетами в оборот будут неизбежно вовлечены большинство крупных развлекательных организаций (концертные бюро, стадионы, театры, крупнейшие кинотеатры и др.)

Также наряду с интеграцией обслуживающих систем должно произойти неизбежное упрощение пользование системами резервирования. Возможность бронирования билетов и туров через Internet сделает приобретение тура таким же обыденным делом, как сейчас заказ книг по почте.

Для государства очень важно не допустить захвата своего рынка зарубежными компаниями, тем самым упустить за границу большой финансовый поток, поэтому очень важно иметь свою систему бронирования (СИРЕНА) и работать с западными конкурентами на условиях взаимовыгодного партнерства.

Выгоды для конечного пользователя очевидны: низкие цены на билеты, возможность получения нейтральной информации о тарифах различных перевозчиков, стыковка рейсов по времени, возможность резервирования не только билетов на транспорт, но и мест размещения, проведения отдыха.

Для турагентств, системы бронирования являются незаменимым инструментом, позволяющим предоставлять клиентам услуги самого высокого класса.

С точки зрения технических достижений, компьютерная революция в сфере туристского бизнеса России превзошла все ожидания. С точки зрения экономических затрат на внедрение компьютерных технологий, нужно отметить, что в каждой компании выделяются различные средства на данные цели.

Очевидно, что желание идти в ногу со временем побуждает руководство туристических фирм приобретать новейшее программное обеспечение, тем самым, увеличивая инвестиции на компьютеризацию. Что же происходит не так? Рассматривая нынешнее развитие компьютеризации, можно утверждать, что основная ее цель – сокращение общих и административных издержек. Однако для большинства компаний это явилось результатом уменьшения доходов. Многие руководители начали осознавать, что пришло время для изменения стратегии внедрения компьютеров. «Как я могу продолжать инвестировать проекты по компьютеризации, когда я не вижу прибыли от последних нововведений?» – задаются вопросом многие руководители туристских компаний.

Сказанное становится немного яснее, если представить, что типичный финансовый план, как правило, учитывает основную часть расходов на компьютерные нужды, но поскольку организационная структура, штатное расписание и условия оплаты компьютерного персонала значительно отличаются в разных компаниях, то попытки сформулировать стандартные критерии для включения расходов на компьютеризацию в смету компании, способны привести к неэффективным результатам. То количество средств, которое каждая конкретная компания выделяет на внедрение компьютерных систем, никогда не будет выявлено путем исследования среднестатистических данных или статей расходов конкурирующих фирм. Объем средств может быть определен только с учетом конкретной ситуации, стратегии и ресурсов компании, включая глубину и многогранность ее опыта в области компьютеризации.

Компьютерные технологии получили высокий темп развития за последние несколько лет. От компьютера стоящего особняком, движение идет к складыванию корпоративных сетей, что отражает общую тенденцию. Все более впечатляющие (с технической точки зрения) проекты представляются на рассмотрение управленческому персоналу компании. Причем, особое внимание уделяется программе по их

внедрению, которая содержит три отдельных вопроса. С технической точки зрения, – возможно ли применение данного проекта в рамках доступных технологий и собственных технических ресурсов? С экономической точки зрения, – какие выгоды сулит данный проект, каково будет соотношение доходов и расходов при осуществлении внедрения проекта? И с точки зрения эксплуатационной возможности, – если система успешно разработана, будет ли она эффективно использоваться, и применят ли менеджеры систему в своей деятельности или же они будут игнорировать ее и даже противостоять ей?

Практика показывает, что создание различных компьютерных информационных систем может обернуться значительными прибылями для компаний, даже при высоких затратах на эксперименты. Но не следует внедрять программу в свою систему управления, предварительно не взвесив все факторы, включая стоимость обучения и переподготовки персонала или оценку степени риска при применении новшеств в областях, где выявлена наибольшая эффективность применяемого программного обеспечения.

Как уже было сказано, электронные сети являются важным каналом передачи информации, к которому прибегают все больше организаций. Однако туристские предприятия по-прежнему далеко не полностью используют все возможности, которые предлагает электронная сеть. В отличие от традиционных туристских информационных систем (GDS), электронные сети уже доступны всем категориям потребителей и туристских организаций. Применение электронных сетей может приблизить потребителя к предложению, обеспечивая быстрый дешевый, организованный, двусторонний, прямой и независимый информационный канал. В этой связи веб-сайт, безусловно, является востребованным и важнейшим маркетинговым инструментом. От его грамотной реализации зависит успех бизнеса развивающейся туристической организации, отдача от проводимых on-line и off-line рекламных мероприятий. Иначе говоря, что может быть актуальней зарабатывания денег.

Тестовые задания

1. Является ли система Amadeus лидером на российском рынке?

- А. да
- Б. нет

2. В каком городе находится главный офис компании Amadeus?

- А. Ницца
- Б. Мадрид
- В. Эрдинг
- Г. Москва

3. В каком городе находится центр развития продуктов Amadeus?

- А. Ницца
- Б. Мадрид
- В. Эрдинг
- Г. Москва

4. В каком году впервые забронированные билеты достигли 1 млн.?

- А. 1987
- Б. 1989
- В. 1988
- Г. 1986

5. Какая система обеспечивает доступ к авиарейсам?

- А. Amadeus Air
- Б. Amadeus Hotel
- В. Amadeus Car
- Г. Amadeus Fare Quote

6. Имеется ли офис Amadeus в Москве?

- А. нет
- Б. да

7. Имеет ли система Amadeus подключение через интернет?

- А. да
- Б. нет

8. Ко сколько авиакомпаниям имеет доступ система Amadeus?

- А. 500
- Б. 513

В. 450

Г. 700

9. Офис какого центра находится в Эрдинге (Германия)?

А. центр обработки данных

Б. центральный офис

В. Центр развития продукции

Г. нет офиса

10. Сколько раз система Amadeus объявлялась лучшей глобальной системой?

А. 0

Б. 6

В. 2

Г. 10

11. В каком году была образована одна из крупнейших в мире глобальных дистрибьюторских систем Amadeus.

А)1987

Б)1991

В)2000

Г)1995

12. В какой стране находилась штаб-квартира системы бронирования и резервирования Amadeus.

А)Германия

Б)Франция

В)Испания

Г)Португалия

13. Какая система бронирования предоставляет широкий набор услуг путешествующим на пароме.

А) Amadeus Videotext

Б) Amadeus tickets

В) Amadeus Pro Tempo

Г) Amadeus Ferry

14. Какая система бронирования позволяет бронировать билеты на спортивные и культурные мероприятия, причем в среднем осуществляется более 300 бронирований ежедневно.

А) Amadeus tickets

Б) Amadeus Air

- В) Amadeus Hotel
- Г) Amadeus Pro Tempo

15. Amadeus MTL предназначен...

- А) осуществляет анализ эффективности деятельности агентства и ведение статистики;
- Б) обеспечивает создание собственных удобных интерфейсов, меню и макрокоманд;
- В) предназначена для автоматической печати билетов на бланках ручной выписки на матричном принтере, используется 26 готовых масок билетов. Использование этой программы позволяет обойтись без дорогостоящих специальных принтеров для печати билетов;
- Г) обеспечивает повышение производительности работы путем минимизации количества необходимых транзакций;

16. Speed Mode обеспечивает...

- А) обеспечивает повышение производительности работы путем минимизации количества необходимых транзакций;
- Б) позволяет оптимизировать поиск сложных вариантов перелета и по запросу пользователя выдает до четырех вариантов различных комбинаций авиатарифов с учетом наилучших вариантов стыковок и маршрутов
- В) позволяет оптимизировать поиск сложных вариантов перелета и по запросу пользователя выдает до четырех вариантов различных комбинаций авиатарифов с учетом наилучших вариантов стыковок и маршрутов;
- Г) осуществляет анализ эффективности деятельности агентства и ведение статистики;

17. Сколько млн. путешественников ежедневно используют Amadeus.

- А)28
- Б)31
- В)60
- Г)36

18. Сколько гостиничных цепей объединяет система бронирования и резервирования Amadeus

- А)322
- Б)118
- В)90
- Г)156

19. Скольким авиакомпаниям предоставляет доступ к ресурсам

- А)800

- Б)564
- В)916
- Г)751

20. В настоящее время в систему Amadeus включены две системы:

- А) System One (Continental Airlines)
- Б) Start
- В) Traviswiss, Travicom,
- Г) TraviAustria.

1. Сколько существует глобальных систем бронирования?

- А)1 Б)2 В)3 Г)4

2. Когда была создана первая GDS? В начале ...

- А) 60-х г. Б) 70-х г. В) 80-х г. Г) 90-х г.

3. Когда была создана система бронирования Amadeus?

- А)1989 г. Б)1987 г. В)1990 г. Г)1986г.

4. Amadeus tickets позволяет бронировать:

- А) Полёт Б) А/м В) Спортивные и культурные мероприятия Г) Номер в гостинице

5. Когда была создана система Sabre?

- А) 1964 г. Б) 1966г. В) 1987г. Г) 1980г.

6.Когда была создана Компьютерная система бронирования WORLDSPAN?

- А) 1989г. Б) 1991г. В) 1988г. Г) 1992г.

7. Как называлась первая отечественная автоматизированная система бронирования?

- А) Сирена Б) Сирена 2000 В) Сирена 3 Г) Сирена 2М

8. Компания, занимающая центральное место в туристической индустрии.

- А) WORLDSPAN Б) Amadeus С) Sabre D) Gallileo

9. В каком году создана система Sabre?

- А) 2000 б) 1993 с) 2001 d) 1960

10. Где находится штаб-квартира Sabre?

- А) Россия б) Германия с) Великобритания d) США

1) В результате объединения каких компьютерных систем бронирования появилось

Worldspan?

- а. "Датас" и "Парс".
- б. «Сирена» и «Алеан»
- в. Amadeus и Galileo

2) В каком году запускается КСБ Worldspan?

- а. 1971
- б. 1982
- в. 1990
- г. 1993

3) Центр управления системой Worldspan находится?

- а. г. Атлантида
- б. г. Невада
- в. г. Аризона
- г. г. Мичиган

4. С какого года Worldspan работает в России?

- а) 1993
- б) 1990
- в) 1994
- г) 1985

5. С каким КСБ схожи пользование Worldspan?

- а) Амадеус
- б) Сирен
- в) Алеан
- г) Галилео

6. Обслуживающие страны?

- а) 104
- б) 45
- в) 99

7. Агенства пользующие данной КСБ?

- а) 16150
- б) 11230
- в) 10000

8.Какое место занимает Worldspan по популярности в Европе?

- а) 3
- б) 4
- в) 2
- г) 6

9.Через Worldspan можно бронировать?

- а) авиабилеты
- б) ж/д билеты
- в) места в гостиницах
- г) арендовать автомобили

10 . Сколько составляет суммарный объем бронирования сегментов в месяц?

- а) 16 тыс
- б) 11 тыс
- в) 10 тыс
- г) 20 тыс

1В каком году программисты корпорации IBM и авиакомпании American Airlines разработали первую компьютерную систему Sabre?

- 1. 1932
- 2. 1886
- 3. 1960
- 4. 1970

2В каком веке перед транспортниками встала серьезная проблема распределения ресурса мест на транспортных средствах с минимальными затратами времени?

- 1. 21
- 2. 19
- 3. 20
- 4. 18

3В каком году было создание автоматической системы резервирования?

- 1. 1954
- 2. 1965
- 3. 1886
- 4. 1964

4.К началу какого года American Airlines уже имела в своем распоряжении полуавтоматическую систему Reservisor?

- 1.1960
- 2.1898
- 3.1666
- 4.1978

5. как называется последний вариант Galileo под Windows?

- 1.focalpoint
- 2.Premier Spectrum
- 3.Relay Productivity Tools
- 4.Leisure Shopper

6. GALILEO – возможность бронирования и продажи билетов более? авиакомпаний

- 1.400
- 2.320
- 3.500
- 4.144

7. ЗАО "Галилео-Рус" является национальной дистрибьютерской компанией международной автоматизированной системы бронирования авиационных билетов и резервирования других туристических услуг GALILEO на территории?

1. Грузии
2. Германии
3. Китая
4. Испании

8. крупная компьютерная система бронирования – Gets, что автоматически добавило системе более 1000 агентов-подписчиков в странах?

1. Португлия
2. Франция
3. Чехия
4. Азия

9. Одна из ведущих компьютерных систем бронирования в мире – Galileo – до сих пор имеет свое представительство?

1. Россия
 2. италия
 3. швеция
 4. норвегия
- 1) GDS – это
А) глобальная распределительная система (+)

- Б) канал связи между компьютерами
- В) выход в интернет
- Г) крупная авиакомпания

2) Электронная коммерция туристских услуг через интернет

- А) пришла в упадок
- Б) развивается стремительными темпами (+)
- В) сохраняет стабильные средние показатели без роста
- Г) не функционирует в РФ

3) Монополия на бронирование ж/д билетов принадлежит

- А) Skyscanner
- Б) Tez-tour
- В) РЖД (+)
- Г) Booking.com

4) Намного выгоднее выбрать тур

- А) напрямую у известного туроператора
- Б) через турагентство
- В) сравнить предложения нескольких туроператоров (+)
- Г) составить тур самостоятельно

5) GDS создавались для автоматизации бронирования

- А) авиабилетов (+)
- Б) ж/д билетов
- В) отелей
- Г) автомобилей

6) Надежнее и выгоднее забронировать авиабилет

- А) на ozon.travel/flight
- Б) на avia.tutu.ru
- В) на skyscanner.ru
- Г) через систему бронирования и сверить на официальном сайте авиакомпании (+)

7) В предложении на сайте туроператора указывается окончательная сумма тура

- А) да
- Б) нет
- В) да, если нет топливных сборов
- Г) зависит от туроператора (+)

- 8) Турагент на сайте туроператора сначала
- А) Заходит в личный кабинет (+)
 - Б) Проверяет наличие договора с данным туроператором
 - В) Проверяет наличие горящих туров
 - Г) Заполняет поле с датами
- 9) Самый популярный сайт бронирования отелей в РФ
- А) Oktogo.ru
 - Б) Ostrovok.ru
 - В) Booking.com (+)
 - Г) Hotels.com
- 10) При бронировании через сайт всегда запрашивается
- А) Адрес по прописке
 - Б) Цель поездки
 - В) Данные банковской карты (+)
 - Г) Предпочтения
- 11) Современные интернет технологии позволяют забронировать
- А) авиа и ж/д билеты
 - Б) отели и трансфер
 - В) билеты в театр и кино
 - Г) все вышеперечисленное (+)
- 12) Пик развития интернет технологий бронирования в РФ приходится на
- А) 2000е г
 - Б) 1990е г (+)
 - В) 1980е г
 - Г) 1970е г
- 13) В настоящее время все больше внимания уделяется развитию бронирования через
- А) web-сайт
 - Б) оператора
 - В) мобильные приложения (+)
 - Г) факс
- 14) После бронирования услуги на сайте, пользователь получает e-mail с
- А) рекламой
 - Б) подтверждением бронирования (+)
 - В) инструкцией
 - Г) счетом на оплату

- 15) Конверсия сайта бронирования напрямую зависит от
- А) удобства интерфейса
 - Б) количества представленных услуг
 - В) наличия специальных тарифов
 - Г) все выше перечисленное (+)

Список рекомендуемой литературы

1. Бочарников В.Н. Информационные технологии в туризме: Учеб. пособие. – М., 2008. – 357 с.
2. Горенбургов Ю.М. О возрастающей роли использования интернет-технологий в организации туризма // Вестн. Национальной акад. туризма. – 2007. – № 3. – С. 53-56.
3. Гулиева Н.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учеб. пособие / Н.А. Гулиева, О.В. Лукина. – Омск, 2004. – 214 с.
4. Гуляев В. Г. «Новые информационные технологии в туризме» Учебное пособие. М.: Приор, 1998.
5. Зонин Н.А. Современные информационные технологии в международном туристском бизнесе: преимущества использования сети // Проблемы современной экономики. 2007. № 4. с. 12.
6. Кузякин В. И. «Информационные технологии в экономике»
7. Комаров Д.А. Информационные технологии и туризм: учеб.-метод. пособие / Комаров Д.А. – Краснодар: Эоловы струны, 2003. – 67 с.
8. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. – М.: ИКЦ «МарТ», 2008. – 224 с.
9. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник / М.А. Морозов. – М.: Академия, 2004. – 240 с.
10. Морозова Н.С. Информационные технологии в системе обеспечения конкурентоспособности в туризме // Теоретические и прикладные пробл. сервиса. – 2006. – № 4. – С. 71-78.
11. Мищенко С. С. «Информационные технологии в управлении» – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2009. – 152 с.
12. Милана Горенштейн «Международный туризм: состояние и перспективы развития» – М.: Академия, 2010. – 161 с.
13. Морозов, М. А. «Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме». Оргтехника: Учеб. Пособие – М., 2004. – 240 с.
14. Новиков В.С. «Инновации в туризме: учеб. пособие / В.С. Новиков. – 3-е изд.» – М.: Академия, 2010. – 208 с.
15. Родигин Л. А. «Интернет-технологии в туризме: Учебник» -- М., 2006. - - 388 с.
16. Сеселкина А.И. «Информационные системы оперативного управления туристской фирмой: Учеб.пособие» – М.,2002. – 159 с.

17. Солохин С.С. «Информационные технологии в обеспечении функционирования рекреационной деятельности: материалы 2-й Междунар. науч.-практ. конф.» – Пенза, 2002.
18. Солохин С.С. «Перспективы использования компьютерных технологий в управлении туристским бизнесом: материалы IV Всерос. науч. конф. с междунар. участием молодых ученых и аспирантов.» – Таганрог, 2001.
19. Интернет технологии в туризме – Автоматизация турфирмы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.npark.ru/internet-technologii-v-turizme.html> – Загл. с экрана.
20. Интернет технологии в туризме – Общие понятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tourboard.ru/2005/11/22/prodvizhenie_sajtov.html – Загл. с экрана.
21. Перспективы туристического бизнеса в Сети – Раскрытие сайта. [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://i2.ru/static/257/>- Загл. с экрана.
22. Новости туризма – Интернет – незаменимый инструмент в туризме. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travel.ru/news/2007/09/03/113339.html> – Загл. с экрана.
23. Мельников В.П. «Информационные технологии»
24. Рамблер рейтинг топ 100 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://org.top100.rambler.ru/top100/Travel/> – Загл. с экрана.
26. Статья "Туристические услуги в Рунет" [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/inet_services/tourism.html
– Загл. с экрана.
27. Информационные технологии в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webstarstudio.com/turizm/>
28. Старова Н.В. «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме / Н.В. Старова.» – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2009. – 152 с.
29. Семенович В.С. «Интернет-технологии и коммерция в туризме: тенденции и прогнозы» / В.С. Семенович, Л.А. Рордигин // Вестн. Моск. Гос. областного ун-та. Сер. Экономика. – 2007. – № 2. – С. 101-105.
30. Широкова Г.В. «Применение информационных технологий в индустрии туризма: автореф. дис.» ... канд. экон. наук / Широкова Г.В. – СПб., 1998
31. Шаховалов Н.Н. «Интернет-технологии в туризме: учеб. Пособие» / Н.Н. Шаховалов. – Барнаул, 2007. – 247 с.
32. Особенности российского туризма [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inresearch.ru>
33. Электронные учебники и методические пособия [Электронный ресурс] – режим доступа <http://sgups-foto.narod.ru>

Н.К. Габдрахманов, Рожко М.В.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

учебное пособие

Подписано в печать 18.09.2017. Формат 60x84 1/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman».
Усл. печ. л. 2,9. Тираж 100 экз. Заказ № 18/9.17-2.

Издательство Академии наук РТ.
420111, г. Казань, ул. Баумана, 20.
e-mail: izdat.anrt@yandex.ru