

УДК: 379.851

Мухин Д. Э.

студент,
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

Столяренко А. В.

к. э. н.
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ СРЕДА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КРЫМА

В работе рассмотрена актуальность применения информационно-коммуникационных систем в работе туристского предприятия, рассмотрены задачи ИКС и область их применения в сфере туризма. Проанализированы виды информационно-коммуникационных систем, обычно применяемых в туризме.

Ключевые слова: *информационно-коммуникационная среда, информационно-коммуникационная система, базы данных, увеличение эффективности деятельности.*

Важнейшим элементом туристской деятельности является не что иное, как информация, функционирующая в туристической сфере на различных уровнях. Владение информацией особенно актуально в туристском бизнесе, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации являются определяющими факторами эффективности принимаемых управленческих решений. Реализация этих условий возможна только при формировании и применении современной системы информационного обеспечения туризма [1, 3].

В конце двадцатого века множество систем управления, коммуникации и обмена данными были подвергнуты серьезным изменениям, и в результате этого накопленный ранее практический и теоретический опыт начал показывать себя неэффективным. Появление новых видов продукции и технологий, технологические прорывы и революции, размытие привычных для большинства границ отраслей, увеличение количества товаров, стремительный рост новых областей деятельности происходят непрерывным потоком [5].

Подобные трансформации можно напрямую отнести к одному из следствий ускорения темпов научно-технического прогресса. Принято считать, что на современном этапе цикл научно-технического прогресса представляет собой переход к постиндустриальному обществу, первый этап которого характеризуется становлением и развитием эпохи информации и коммуникаций. Основная веха этого процесса – развитие различных видов информационных коммуникаций и информационных технологий, с их все растущими масштабами внедрения и применения в различные социально-экономические процессы и человеческую деятельность [5].

Современные тенденции развития подобных процессов и явлений позволяют говорить о формировании нового экономического пространства – информационно-коммуникационной среды. Эта сфера не просто является обязательным условием для того, чтобы эффективно организовывать деятельность организаций и предприятий, а в том числе и серьезно влияет на сами процессы управления. Таким образом, информационно-коммуникационная среда выступает в роли регулятора хозяйственных процессов, влияет на формирование отношений всех участников этих процессов. Особый характер такой среды требует создания и применения новых форм и методов управления.

В настоящее время в литературе недостаточно представлены и разработаны базовые теоретические и методологические проблемы, связанные с управлением организациями в условиях такой новой среды, как информационно-коммуникационная. В связи с этим, необходимо более подробное изучение возможностей и путей применения информационно-коммуникационной среды в контексте особенностей развития современного менеджмента, в частности в сфере туризма, где коммуникации играют важнейшую роль в обеспечении эффективности деятельности [4, 5].

Информационно-коммуникационная среда – совокупность условий, обеспечивающих осуществление деятельности пользователя с информационным ресурсом с помощью интерактивных средств ИКТ (информационно-коммуникационных технологий), которые взаимодействуют с ним как с субъектом информационного общения и личностью [2]. Информационно-коммуникационная среда включает в себя большое количество информационных объектов и связи между ними, средства и технологии сбора, накопления, передачи, обработки и распространения информации, собственно знания, технические средства воспроизведения звуковой и визуальной информации. Общество, организации и предприятия, создавая информационно-коммуникационную среду, продолжают функционировать в ней, видоизменяя и совершенствуя ее. В свою очередь, состояние и уровень развития информационно-коммуникационной среды современного общества постоянно определяется тем, что было достигнуто в сфере науки и техники, совершенствование которых происходит в наши дни в огромном темпе. Научные исследования в различных областях убеждают в том, что совершенствование информационно-коммуникационной среды общества задает начало формированию прогрессивных тенденций развития производительных сил, изменению структуры общественных взаимоотношений, взаимосвязей и, прежде всего, интеллектуализации деятельности всех членов общества во всех его сферах, в том числе и в сфере туризма.

Внедрение ИКТ [6] в работу туристских предприятий Крыма существенным образом ускоряет передачу информации между партнерами, облегчает добычу актуальной информации о рынках и появляющихся социальных, политических и экономических факторах внешней среды, определяющих направление деятельности предприятия

Для формирования успешной стратегии коммуникационной деятельности туристского предприятия необходимо разобраться в основных составляющих информационно-коммуникационной среды. Большинство ответственных за коммуникацию менеджеров крупных туристских предприятий не всегда используют существующую теорию на практике, в результате значительные затраты предприятия на коммуникационные технологии оказываются неэффективными.

Центральная задача ИКС – улучшение информированности. Степень информированности представляет собой отношение фактического уровня информации к требуемому. Потребность в информации – разница между этими уровнями. Вспомогательными критериями обеспеченности информацией являются:

- количество информации, ее полнота;
- ее значимость;
- точность информации;
- надежность информации;
- понятность информации;
- актуальность информации;
- экономическая эффективность информационного процесса (соотношение прибыли от информации и затрат на нее) [6].

Информационное обеспечение туризма – это совокупность информационной базы данных туризма и специализированных информационных технологий, предназначенных для обработки информации, которые обеспечивают эффективное функционирование всей системы на различных уровнях управления.

Современные информационные системы, обеспечивающие производственный процесс в масштабах предприятия делятся на:

- локальные, или местные;
- корпоративные (внутри предприятия);
- глобальные (мировые) [6].

Локальная информационная система – это совокупность информационных подсистем, обеспечивающих успешное функционирование предприятия при помощи внутренних коммуникаций.

Локальная, или внутренняя, информационная система состоит из административно-распределительной, производственной, финансовой, экономической, коммерческой, инновационной, стратегической и социальной информационных подсистем.

Корпоративная информационная система представляет собой множество внутренних коммуникаций внутри одного предприятия, функционирующих на различных территориальных объектах данного предприятия или организации.

Глобальная информационная система – это внешние коммуникации, обслуживающие неограниченное количество пользователей, в том числе предприятий и организаций [6].

Примером современной информационной системы, функционирующей на базе внешних коммуникаций, является всемирная система Интернет.

Внешние информационные системы (Глобальная информационная система):

- системы связи с общественностью (PR, привлечение новых клиентов);
- система связи с потребителями (обратная связь);
- система связи с региональными структурами;
- система связи с федеральными структурами;
- система связи с международными структурами [6].

По степени автоматизации можно выделить ручные, автоматизированные и автоматические информационные технологии. В системах организационного управления наиболее распространен автоматизированный тип информационных технологий, в которых выработка управляющего воздействия возложена на принимающее решение лицо. К таким системам относятся практически все информационные системы, используемые в сфере туризма. Современные информационные системы туризма состоят из нескольких видов обеспечивающих подсистем, к которым относятся: техническое обеспечение, программное обеспечение, информационное обеспечение, организационное обеспечение, правовое обеспечение и эргономическое обеспечение [3].

Несмотря на недостаток специально разработанных для турпредприятий и выведенных на рынок приложений, многие туристские предприятия разрабатывают собственные приложения, в частности базы данных, используя как основу уже известные и популярные продукты. Использование баз данных в масштабе любого конкретного туристского предприятия дает возможность организовать накопление данных по всем необходимым статьям: продажам, партнерам и поставщикам. При помощи баз данных облегчается обработка накопленных данных, формирование туров с использованием накопленной информации, отслеживание объемов сбыта товаров и услуг. Создавать базы данных в пределах информационно-коммуникационной системы туристского предприятия можно как применяя Microsoft Access, так и на основе других, специализированных продуктов для разработки приложений баз данных. При этом туристскому предприятию не всегда необходимо специализированное программное обеспечение для автоматизации многих производственных процессов.

Наиболее удачными программами автоматизации работы туристских предприятий на российском рынке принято считать такие приложения, как «Само-тур», «Турбо-тур», Columbus.

Использование ПК в деятельности туристских предприятий позволяет добиться большей эффективности при объединении компьютеров предприятия в локальную сеть.

Так можно создать сразу несколько взаимосвязанных рабочих мест. Это дает возможность распределить базу данных предприятия между несколькими пользователями и организовать электронный документооборот в пределах офиса, что позволяет отойти от практики перегруженного бумажными документами рабочего процесса.

Системы электронного бронирования – еще один шаг вперед на стезе упрощения и ускорения рабочего процесса. Их использование позволяет значительно увеличить скорость размещения заказов. Положительным эффектом является и расширение охвата туристских услуг, глобализация подхода к бронированию – при помощи электронных систем бронирование осуществляется из любой точки мира. Сокращаются издержки предприятия на поиск партнеров и поставщиков туристских услуг, и установление контакта с ними, к тому же, появляется возможность работы по конфиденциальным тарифам с большим количеством поставщиков. Важнейшей же положительной стороной использования электронных систем бронирования можно считать возможность производить туры в более массовых масштабах, чем ранее.

Тем не менее, хотя необходимость автоматизации процессов управления в туристских предприятиях Крыма очевидна, по-прежнему остается проблемной методика и обстоятельства перехода на новые технологии. Не все организации готовы быстро и успешно внедрять новейшие технологии в работу предприятия, не нарушив сложившегося режима деятельности. На данный момент это одна из важнейших проблем в сфере управления деятельностью туристским предприятием, и вопрос требует разработки новых действенных методик внедрения информационных систем в деятельность турпредприятий.

Литература

1. Алуян, В. С. Управление конкурентоспособностью предприятий, отраслей, регионов : монография / В. С. Алуян, Е. О. Белова и др. – Майкоп: Изд. ООО «Электронные издательские технологии», 2016. – 388 с.
2. Мартынов, Л. М. Информационно-коммуникационная среда как регулятор хозяйственных процессов // Мартынов Л. М. – Креативная экономика. – 2007. – № 1 (1). – С. 64-68.
3. Морозова, Н. С. Информационное обеспечение туризма : учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов, А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, Л. А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
4. Столяренко, А. В. Формирование и внедрение системы мотивации персонала в санаторно-курортном предприятии Республики Крым / М. В. Матюнина, А. В. Столяренко // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2016. – Т. 5. – №. 5. – С. 12-17. (DOI: 10.12737/22521)
5. Коммуникации в менеджменте – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/kommunikacionnyy-menedzhment.html>
6. Педагогика, НЭС [Электронный ресурс] / Национальная педагогическая энциклопедия – Режим доступа: <http://didacts.ru/termin/informacionno-kommunikacionnaja-sreda.html>