

УДК 658.64

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Жиделева А.Ю., магистрант
Научный руководитель – доц. Шмарков М.С.
ФГБОУ ВО Орловский ГУ имени И.С. Тургенева, Орел, Россия*

Ключевые слова: туризм, турагент, технологии, потребитель, индивидуальный тур.

Работа посвящена анализу и выявлению наиболее эффективных технологий турагентской деятельности, направленных на удовлетворение индивидуальных предпочтений потребителей туристских услуг.

Введение. Рынок туризма в настоящее время функционирует в повышенных рискованных условиях [7]. Это связано с экономическим кризисом в стране, повлекшим снижение доходов населения и с кризисом самой отрасли, ужесточением конкуренции между туроператорами [6]. Высокая конкуренция наблюдается и на региональных ранках туристских услуг. Турагентам крайне необходимо находить и использовать инновационные и более эффективные технологии обслуживания потребителей [1-5, 8].

Цель работы – выявить и охарактеризовать инновационные технологии турагентской деятельности.

Материал и методика исследований. Большинство туристских агентств преимущественно предлагают клиентам только готовые турпакеты, сформированные туроператорами и включающими в себя необходимые составляющие тура (проживание, питание, страховку, трансферы, проезд и другие услуги) и представленные в их системах бронирования туроператоров. Деятельность по формированию туров относится к туроператорской, поэтому турагенты, опасаясь нарушить закон о туристской деятельности стараются не составлять самостоятельно туры по индивидуальным программам, заявленным клиентами. В тоже время интерес к таким турам все больше растет. Многие клиенты турагентства уже имеют обширный опыт путешествий и их не устраивают привычные программы. С учетом собственного опыта они все чаще сами проектируют состав тура, который трудно отыскать среди предложений туроператоров.

В последние годы потребительский спрос на индивидуальные программы обслуживания значительно вырос среди туристов. Повышение спроса на туры «ручной сборки» также обусловлено неудовлетворенностью туристов, воспользовавшихся пакетными турами, например для них неудобными оказалось время авиаперелетов или их вовсе не устраивает авиакомпания, или же не устроил сервис в отеле, возникли проблемы с трансфером и так далее.

Индивидуальные туры направлены именно на устранение неудовлетворенности клиентов качеством услуг, входящих в состав классического тура. При составлении тура «вручную» учитываются все пожелания клиентов до мелочей. Спрос на индивидуальные туры был всегда, но ранее – не высокий. В этом случае турагент работал с заказом практически вручную, пошагово обсуждая его с туроператором, который в свою очередь согласовывал параметры тура с принимающей компанией и поставщиками туристских и сопровождающих услуг. В результате продолжительных переговоров с туроператорами и принимающими компаниями удавалось предоставить клиенту подходящее предложение, однако зачастую совсем не привлекательное по стоимости, поэтому этот трудоемкий и длительный процесс часто заканчивался отказом клиента бронировать тур и большая работа персонала турфирм оставалась без вознаграждения.

Также отметим, что доля туристов самостоятельно бронирующих туры постоянно увеличивается и для турагентств единственным способом сохранения клиентской базы является предложение и составление индивидуальных туров.

Таким образом, назрела рыночная необходимость разработки и использования новейших автоматизированных информационных систем, позволяющих в режиме реального времени скомпоновать, предложить клиенту и забронировать турпакет по индивидуальной программе.

Результаты исследований. Обзор используемых технологий на рынке туризма позволил выделить несколько вариантов бронирования индивидуальных туров:

- подключение к глобальным системам бронирования (GDS), гостиничным брокерам;
- использование b2b-систем бронирования;
- использование систем бронирования индивидуальных туров у туроператоров;
- бронирование отдельных туристских услуг напрямую у их поставщиков.

Преимущества и недостатки каждого из перечисленных вариантов бронирования индивидуальных туров приведены в таблице 1.

Несмотря на преимущества представленных вариантов подбора и бронирования индивидуальных туров, у каждого из них есть и недостатки, которые зачастую влияют на выбор менеджеров турагентств. Наиболее приемлемым вариантом для большинства туристских агентств являются b2b-системы бронирования, достоинства которых превышают их недостатки и позволяют формировать и бронировать индивидуальный тур с максимальной выгодой.

Заключение. В результате проведенных исследований можно сделать вывод о том, что в целях укрепления конкурентных позиций турагентам необхо-

Таблица 1 – Особенности разных вариантов бронирования индивидуальных туров

Варианты бронирования индивидуального тура	Преимущества	Недостатки
подключение к глобальным системам бронирования (GDS), гостиничным брокерам	<ul style="list-style-type: none"> - возможность бронирования самого выгодного предложения авиакомпаний по наиболее приемлемому тарифу; - возможность поиска и бронирования мест гостиничных предприятий по наиболее выгодному предложению. 	<ul style="list-style-type: none"> - установка специализированного программного обеспечения, абонентская плата; - необходимость обучения сотрудников организации правилам и нормам работы; - аккредитация в ТКП и в IATA, которая требует наличия банковских гарантий; - возможность отсутствия русскоязычной версии сайта, представительство в России и службы поддержки.
использование b2b-системы бронирования	<ul style="list-style-type: none"> - привычный и знакомый документооборот: договоры, агентские отчеты, личный кабинет с перечнем заявок, расчет комиссии, электронные ваучеры; - работа происходит по классической схеме взаимодействий с оператором; - туроператор, обеспечивает визовую поддержку; - можно бронировать и отдельные услуги, и единый пакет, юридически при этом оставаясь агентством; - в случае возникновения чрезвычайной ситуации все проблемы решаются туроператором. 	<ul style="list-style-type: none"> - бронирование некоторых услуг не предусматривает комиссионно-го вознаграждения; - не всегда прозрачные, по мнению агентов, штрафные санкции за аннуляцию.
использование систем бронирования индивидуальных туров у туроператоров	<ul style="list-style-type: none"> - работа с проверенным туроператором, в знакомой системе бронирования на основе официального подписанного договора о сотрудничестве, наработанные отношения; 	<ul style="list-style-type: none"> - может быть предложен весьма ограниченный набор сервисов; - индивидуальные туры у большинства операторов
(мастер нестандартного тура, мастер произвольной заявки)	<ul style="list-style-type: none"> - расчет агентских комиссий прозрачен: как правило, проценты выплачиваются с общей суммы заявки, хотя некоторые услуги могут быть не комиссионными; - у большинства операторов уже есть типовые «индивидуальные» туры, которые в принципе могут удовлетворить не сложный запрос. 	<ul style="list-style-type: none"> - туры дороже пакетных, потому что рассчитываются не по групповым, а по индивидуальным тарифам; - если формирование программы заказывается менеджеру туроператора, то процесс может затянуться.
бронирование у поставщиков туристских услуг	<ul style="list-style-type: none"> - возможность выстроить собственные отношения с авиакомпанией или отелем, получить максимальную скидку на проживание. 	<ul style="list-style-type: none"> - возможен «переход» к туроператорской деятельности, требования к которой постоянно ужесточаются.

димо использовать современные системы бронирования, позволяющие сформировать и предложить клиентам уникальный туристский продукт, максимально соответствующий его критериям.

Библиографический список:

1. Димитрова Е.В., Шмаркова Л.И. Информационные технологии в туристском бизнесе // Научные записки ОрелГИЭТ. 2015. № 2 (12). С. 14-17.
2. Потапенко О.В., Шмаркова, Л.И. Технологии автоматизации туроператорской деятельности // Научные записки ОрелГИЭТ.- 2016 г. - № 2 (14).- С. 146-153.
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 исследования. 2017. № 6. С. 185-189.
5. Шмаркова Л.И. Программное обеспечение туристской деятельности // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2018. № 7. С. 180-184.
6. Шмарков М.С. Повышение конкурентоспособности туристских организаций и методы адаптации их деятельности к изменяющимся рыночным условиям в регионе/Шмарков М.С.-Диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс. Орел, 2013.
7. 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.
8. 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.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES TRAVEL AGENCIES

Zhideleva A.IY.

Keywords: *tourism, travel agent, technology, consumer, individual tour.*

The work is devoted to the analysis and identification of the most effective technologies of travel Agency activities aimed at satisfying the individual preferences of consumers of tourist services.