

Ергешова Гулшаан Абдыкаймовна, доцент,
Абдурахмонова Сайерахон Рузалиевна, магистрант,
Ким Бу Гил, магистрант,
Ошский технологический университет

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

В статье рассматривается влияние Интернета и информационных технологий на индустрию туризма. В статье проведен анализ внедрения в городе Ош Интернет-услуг, такие как системы бронирования в бизнес-системы туристических агентств, гостиничных сетей, авиакомпаний и т.д.

Ключевые слова: Туризм, информация, технология, интернет, веб-сайт, гостиничная сеть.

Ергешова Гулшаан Абдыкаймовна, доцент,
Абдурахмонова Сайерахон Рузалиевна, магистрант,
Ким Бу Гил, магистрант,
Ош технологиялык университети

ТУРИЗМДИН ӨНҮГҮҮСҮНДӨ ИНТЕРНЕТ ЖАНА ИНФОРМАЦИЯЛЫК ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫН РОЛУ

Макалада интернеттин жана маалымат технологияларынын туризм индустриясына тийгизген таасири каралган. Макалада Ош шаарында туристтик агенттиктердин, мейманкана түйүндөрүнүн, авиакомпаниялардын бизнес-системаларында брондоо системалары сыяктуу интернет кызматтарынын ишке ашырылышы талданат.

Ачкыч сөздөр: Туризм, маалымат, технология, интернет, веб-сайт, мейманканалар тизмеги.

Ergeshova Gulshaan Abdykaimovna, docent,
Abdurakhmonova Sayerakhon Ruzalievna,
graduate student,
Kim Bu Gil, graduate student,
Osh Technological University

THE ROLE OF THE INTERNET AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

The article discusses the impact of the Internet and information technology on the tourism industry. The article analyzes the implementation of Internet services in the city of Osh, such as booking systems in the business systems of travel agencies, hotel chains, airlines, etc.

Key words: tourism, Tourism, information, technology, and internet, website, hotel chain.

Введение. Электронный туризм – это, по сути, цифровизация всей туристической индустрии и инфраструктуры. Преимуществом цифровизации туризма является снижение сезонности, успешное общении с клиентами и увеличении количества бронирований и продаж в целом. Использование Интернета внес изменения в структуру туристической индустрии. Туристы имеют возможность легко выбирать место назначения, сравнивать цены и управлять своими финансовыми операциями. Информационно-коммуникационные технологии и Интернет могут оказаться весьма инновационными стратегическими инструментами в руках предпринимателей в сфере туризма, которые помогут им улучшить положение своих объектов. Появление Интернета положительно повлияло на рост конкурентоспособности среди туристических отраслей из-за прозрачности, скорости, гибкости и разнообразия выбора. Туризм представляет собой целую систему, которую включает в себя услуг и отраслей, таких как транспортные средства, места для проживания и развлечений, спортивные центры, рестораны, магазины и т. д. Все эти отрасли способствуют приятному путешествию, повышая уровень жизни, способствуя занятости, привлекая инвестиции и, таким образом, поддерживая экономику[1].

Целью исследования является изучение использования интернет и информационных технологий туристической индустрией Кыргызской Республики. Информационно-коммуникационные технологии и в основном Интернет являются наиболее эффективными способами распространения любой информации в туристической индустрии. Сеть Интернет предоставляет возможность с минимальными затратами проинформировать многомиллионную целевую аудиторию об услугах фирмы. Кроме того она позволяет передавать текстовую, графическую, аудио-видео информацию, а также оценивать эффективность мероприятий за счет обратной связи с целевой аудиторией.

Объекты и методы исследования. В данный момент в КР существуют немало туроператоров и турагенства (Рис.1.).

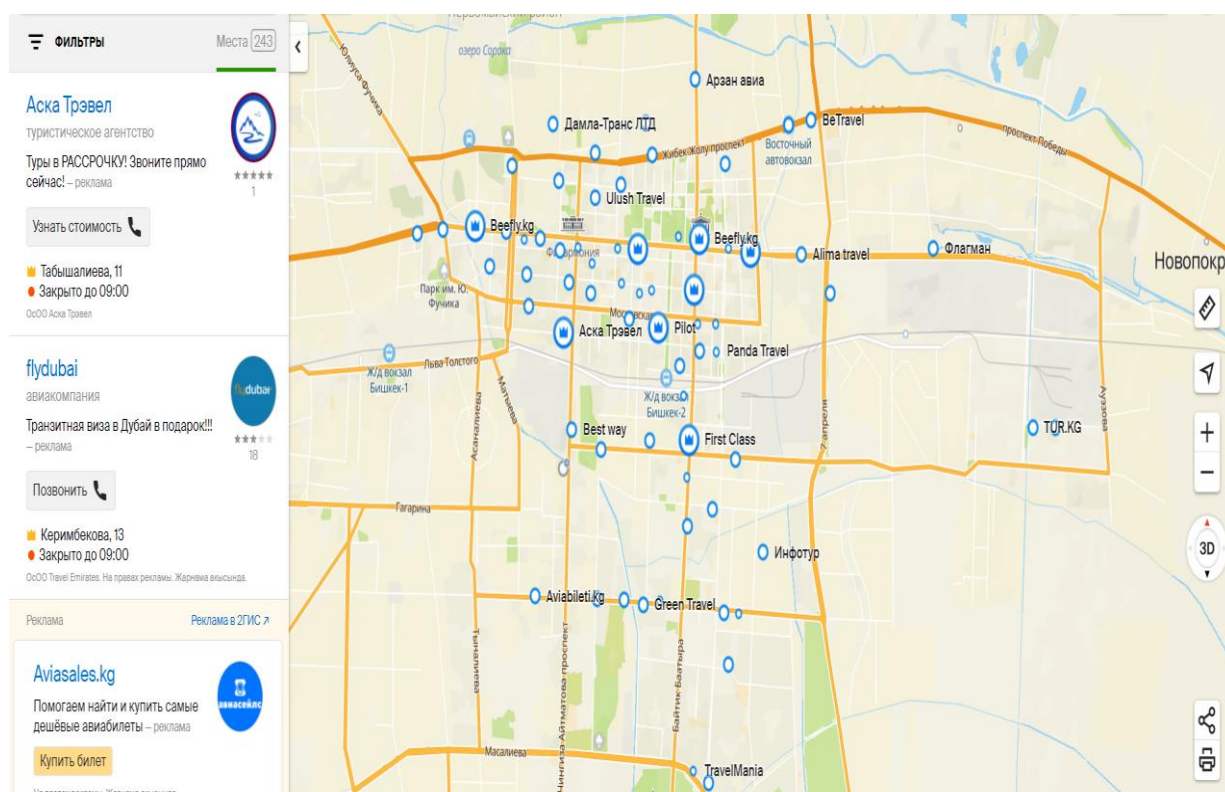


Рис.1. Турагенства и туроператоры города Бишкек

Туристические агентства используют на сайтах поисковые системы, позволяющие осуществлять поиск туров предоставляемых услуг (Рис.2).

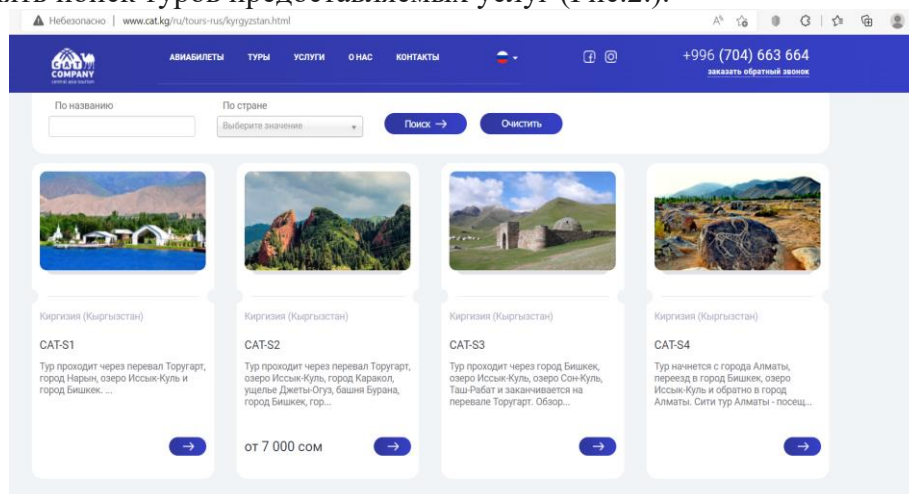


Рис.2. Веб-сайт турагентства CAT Company

Туристические поисковые системы позволяют легко подобрать подходящий тур для любого клиента. Задав необходимые критерии для поиска, можно получить предложения десятков туристических операторов, отвечающие требованиям клиентов с детальным описанием тура, перечислить, что входит в стоимость, а что оплачивается дополнительно, дать информацию по авиаперелету. Одним неотъемлемым составляющим в работе туристических турфирм, является бронирование туристических услуг с использованием глобальных систем бронирования. Системы бронирования аккумулируют огромную базу данных и позволяют резервировать авиабилеты, гостиничные номера, автомобили, билеты на круизы. Такого рода онлайн-бронирование способствует увеличению числа прибывающих туристов и это способствует развитию туристической индустрии страны.

Отдельные компоненты туристической отрасли тесно связаны друг с другом, ведь многие турпроизводители вовлечены в деятельность друг друга (рис.3.). Все это позволяет рассматривать туризм как высоко интегрированную услугу, что делает его еще более доступным для применения информационных технологий в организации и управлении [2].



Рис. 3. Интеграция услуг в сфере туризма

Туристический бизнес в Кыргызстане, даже в отдаленный высокогорных регионах использует информационные и коммуникационные технологии. Хотя ИКТ и Интернет широко используется в туристической индустрии Кыргызстана, но есть и некоторые проблемы и недостатки:

Онлайновые системы управления взаимоотношениями с клиентами (УВК), адаптированные для туризма, такие как “Nemo” и “Emerald”, которые дает возможность туроператорам предоставлять услуги в цифровом формате и создавать пакеты услуг, в Кыргызской Республике пока отсутствуют. Из-за этого операторы пользуются программным обеспечением систем УВК иностранных или международных поставщиков, а это приводит к увеличению затрат и затрудняет внедрения такого рода цифровых платформ. Также отсутствие цифровых услуг электронного страхования вынуждает турагентства выдавать страховые полисы в письменном виде.

Единая национальная система управления пространственной информацией. Нынешняя политика и законодательство не определяют необходимость и принципы разработки национальной системы управления пространственной информацией для целей комплексного управления и обмена геопространственными данными. В результате система адресной информации не опирается на геопространственные данные национального уровня, а использует сторонние ресурсы, такие как векторные данные из открытого плана города (Open Street Map, Google Map и др.). В качестве первого шага к созданию модели надлежащей практики для национальной ГИС необходимо будет проанализировать текущую нормативно-правовую базу и внести в нее необходимые регулятивные изменения.[3]

Отсутствуют IT-решения, способные обеспечить обмен геопространственными данными, которые можно было бы повторно использовать для разработки новых информационных сервисов. В целом в сфере туризма практически не осуществляется обмен данными, поскольку соответствующие реестры не оцифрованы, а информационные системы не совместимы между собой. Реализация в полном объеме горизонтальной правительственной платформы, обеспечивающей функциональную совместимость, является необходимым условием системного подхода к организации обмена данными и оцифровке как государственных, так и коммерческих услуг.

Выводы: Учитывая вышеуказанные нужно развивать основные тенденции интернет технологий такие как: предоставить туристическим агентствам новые технологические сервисы; укрупнить или объединить независимые туристические агентства и автоматизировать их деятельность; разработать единый стандарт по обмену информацией между участниками туристического рынка.

Литература:

1. Закон Кыргызской Республики от 20 марта 2002 года № 43 «О геодезии и картографии»; Постановление Правительства Кыргызской Республики от 11 февраля 2002 года № 64 «Об утверждении Концепции создания единой информационной системы по недвижимости в Кыргызской Республике»; Постановление Правительства Кыргызской Республики от 7 октября 2010 г. № 235 «О создании Единой государственной системы координат».
2. **Pease W.R.** Information and Communication Technologies in Support of the Tourism Industry [Text] / W.R. Pease, M. Rowe, M. Cooper. // Hershey – London – Melbourne – Singapore: Idea Group Publishing, 2007. – 376 p.
3. E-Tourism: The Use of Internet and Information and Communication Technologies in Tourism: The Case of Hotel Units in Peripheral Areas, Tourism in Southern and Eastern Europe, P. 335-344, 2013.