

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/25175>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент туризма

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ И РЕЗЕРВИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА	6
1.1 Понятие компьютерных систем бронирования и резервирования туристского продукта.....	6
1.2 Зарубежные системы бронирования и резервирования туристского продукта.....	9
1.3 Российские системы бронирования и резервирования	13
2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ БРОНИРОВАНИЯ И РЕЗЕРВИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В ООО «МАКСИМА ТРЕВЕЛ ТУРОПЕРАТОР»	17
2.1 Общая характеристика ООО «Максима Тревел туроператор».....	17
2.2 Анализ экономического состояния ООО «Максима Тревел туроператор».....	22
2.3 Сравнительный анализ предлагаемых систем бронирования.....	27
3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ВНЕДРЕНИЮ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ И РЕЗЕРВИРОВАНИЯ В ООО «МАКСИМА ТРЕВЕЛ ТУРОПЕРАТОР»..	32
3.1 Организация системы бронирования в ООО «Максима Тревел туроператор».....	32
3.2 Расчет затрат на внедрение системы бронирования турпродукта в ООО «Максима Тревел туроператор».....	36
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	45
СПИСОК ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	48

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В современных условиях, в связи с формированием рыночных отношений, наряду с развитием промышленности, медицины и науки во многих отраслях происходят значительные изменения, связанные с повсеместным внедрением новейших технологий. В связи с этим, разрабатываются новые программы и стандарты, претерпевают изменения производственные процессы, появляются новые

концепции управления. Туристская отрасль как полноценный элемент рынка не стала исключением. Современные компьютерные технологии активно внедряются в технологические процессы турбизнеса, так как именно от оперативности, точности, надежности и скорости обработки и передачи информации зависит эффективность принимаемых управленческих решений в туризме. Четкое следование данным условиям возможно только с использованием современных компьютерных информационных систем. Именно с развитием передовых технологий связана актуальность данной работы: в условиях динамично изменяющейся окружающей среды на многих туристских предприятиях наблюдается недостаточно прогрессивные системы бронирования и резервирования туристского продукта. Многие туроператорские компании при формировании турпродукта не в полной мере используют глобальные распределительные системы, которые обеспечивают оперативность и эффективность процесса бронирования и резервирования билетов, мест в отелях и др.

Объектом исследования в работе является ООО «Максима Тревел туроператор».

Предметом исследования выступает деятельность по внедрению систем бронирования и резервирования турпродукта.

Цель работы: на основании анализа деятельности ООО «Максима Тревел туроператор» разработать практические предложения по внедрению систем бронирования и резервирования в деятельность компании.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

1. Провести исследования отечественных и зарубежных систем бронирования и резервирования туристского продукта;
2. Провести анализ деятельности ООО «Максима Тревел туроператор»;
3. Изучить предлагаемые системы бронирования;
4. Разработать практические предложения по внедрению систем бронирования и резервирования в ООО «Максима Тревел туроператор».

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды ученых в области экономики и маркетинга, работы, посвященные внедрению информационных технологий в социокультурный сервис и туризм.

Различные подходы к анализу и поиску резервов совершенствования эффективности деятельности предприятия широко освещены в работах: М.Л. Халявиной, И.В. Алексеевой, Т.Л. Безруковой, В.А. Бондаренко, Е.М. Крипак, Т.Н. Шаталовой, В.Н. Шепель, Н.В. Дудла, П. Дойла, Ч. Ким, С.А. Ковалевой, О.Н. Котовой, Н.И. Ломакиной, Е.В. Кудиновой, М. Мак-Дональда, М. Портера, В.К. Романович, Ю.В. Старцевой, М.С. Федоровой. Проблемам организации туристской деятельности и управлению информационной деятельностью посвящены работы: И. Ополченова, Н. Моисеевой, А. Дуровича, М. Дмитриева. Весомый вклад в теорию информационных технологий в туризме внесли: М.А. Морозов, Н.С. Морозова, В.Г. Гуляев, О.В. Пикулик, С.В. Синаторов.

Основными методами исследования в работе являются: наблюдение, анализ, синтез, обобщение.

Выпускная работа состоит из введения, трех глав, списка литературы, приложений.

1. ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ И РЕЗЕРВИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

1.1 Понятие компьютерных систем бронирования и резервирования туристского продукта

В настоящее время туризм стал самостоятельной активно развивающейся отраслью и одной из важнейших составляющих экономики многих стран. В связи с этим на рынке появляется все больше туроператорских компаний, разрабатываются новые турпродукты. Данный аспект выступил своеобразным катализатором для повсеместного развития и совершенствования существующих компьютерных систем бронирования и резервирования турпродукта.

Детальное рассмотрение особенностей и сущности компьютерной системы бронирования и резервирования невозможно без определения понятия «бронирование» и «резервирование». Бронирование – это запрос на предварительное закрепление за туристом объектов бронирования, которые включают: авиаперелет, проживание в отеле выбранной категории, страховой полис на период поездки, экскурсионную программу [4, с. 52]. В отличие от бронирования, резервирование подразумевает создание своеобразных запасов (квот мест) объектов бронирования. Как правило, бронирование выступает процессом покупки туристом турпродукта, при отказе от которого происходит удержание определенного процента от стоимости тура с

туриста, так как оператор вынужден также оплачивать штрафные санкции, выставленные отелем и авиаперевозчиком за отмену бронирования, в то время как резервирование подразумевает приобретение туроператором блока мест у авиаперевозчика и отелей с последующим включением данных объектов в турпродукт и реализацией на рынке.

Бронирование и резервирование туристского продукта происходит посредством компьютерных технологий – систем бронирования, которые представляют собой специально разработанные программы, в которых хранится большая база о составляющих турпродукта (наличие мест на рейсы, количество номеров различных категорий в различных отелях), а также база для агентов, включающая предложения готового турпродукта [6, .с. 87].

Рассмотрим основные типы бронирования в таблице 1.

Таблица 1 – Основные типы бронирования турпродукта

Тип бронирования

Характеристика

Гарантированное бронирование

бронирование, при котором гарантированно подтверждается предоставление туристу выбранного турпродукта. Примером гарантированного бронирования является наличие авиабилетов и моментальное подтверждение от отеля. При гарантированном бронировании турист не может отказаться от тура после его подтверждения без штрафных санкций

Негарантированное бронирование

бронирование, при котором турпродукт предоставляется по запросу. Как правило негарантированное бронирование распространяется на туры в состав которых включен авиаперелет на регулярных рейсах авиакомпании, а также отель не имеет моментального подтверждения. При негарантированном бронировании стоимость может меняться в зависимости от подтверждения тарифа со стороны авиакомпании, турист в данном случае вправе отказаться от турпродукта без штрафных санкций

Сверхбронирование

бронирование сверх квоты выделенных мест. Данное бронирование часто называют overbooking, в данном случае туристу предлагается альтернативный вариант проживания в другом отеле

Следует отметить, что компьютерные системы бронирования часто включают виртуальные каталоги, благодаря которым турист может «прогуляться» по выбранному отелю и ознакомиться с его интерьерами в режиме онлайн. У авиакомпаний компьютерные системы бронирования включают выбор мест на судне, где турист также может виртуально посетить самолет и забронировать понравившиеся ему места самостоятельно.

Также компьютерные системы бронирования и резервирования турпродукта разработаны таким образом, что обеспечивают: ввод и хранение информации о турах, клиентах, статусах заявок; подразумевают ввод и корректирование информации о туристах в авиабилетах и ваучерах; описание гостиниц и туров; расчет туров с учетом ежедневным обновлением курсов валют, акций и скидок; контроль за сроками оплаты заявок; формировать финансовую отчетность и экспортировать данные в другие программы (Word, Exel). Таким образом, система бронирования и резервирования выступает в качестве автоматизированного удаленного доступа к информации по планированию и резервированию турпродукта, а также отдельно составляющих его услуг для большинства участников туристского рынка, взаимодействующих между собой. Повсеместно происходит внедрение компьютерных систем бронирования в деятельность не только туроператоров, но и предприятий гостиничной отрасли и общественного питания тем самым повышается качество обслуживания, а также совершенствуется процесс управления предприятиями туристской отрасли, что является немаловажным аспектом в связи с современной рыночной ситуацией.

1.2 Зарубежные системы бронирования и резервирования туристского продукта

В настоящее время во многих зарубежных странах туризм выступает основной отраслью экономики и является ведущей составляющей бюджета страны. В связи с этим происходит регулярная автоматизация

систем бронирования и резервирования туристского продукта, создаются глобальные распределительные системы. В практике деятельности западных туроператорских компаний данные системы естественным образом встроены в технологический процесс формирования турпродукта и обработки информации о туристах, также данные системы подразумевают проведение онлайн платежей при интернет-покупке. Рассмотрим глобальные зарубежные системы бронирования и резервирования туристского продукта на рисунке 1.

Рисунок 1 – Зарубежные системы бронирования и резервирования турпродукта

Согласно данным рисунка, основными зарубежными системами бронирования и резервирования туристского продукта в зарубежных являются:

1. Система бронирования Amadeus.

Данная система была создана в 1987 году такими крупнейшими авиакомпаниями – Air France Iberia, Lufthansa, SAS. В настоящий момент является крупнейшей системой бронирования в Европе, с 1995 года активно продвигается на американский и российский рынок, а также имеет партнерство с немецкой системой бронирования Start, которая автоматически устанавливает соединение с Amadeus для пользователей. Услугами данной системы бронирования пользуются более 70% турагентств Европы, также данная система бронирования предоставляет услуги физическим лицам (туристам), которые предпочитают путешествовать самостоятельно, бронируя отели и авиабилеты [14, с. 25].

Система бронирования Amadeus оказывает включает услуги по бронированию железнодорожных и авиабилетов, отелей, также через данную систему можно забронировать прокат автомобилей, а также застраховать себя на период поездки. У системы достаточно проработанный модуль и функционал, который учитывает разнообразные потребности туристов, например, турист может выбрать отель рядом с интересующими достопримечательностями, воспользоваться картой местности, где расположен интересующий отель.

Подключение к системе бронирования и резервирования Amadeus возможно при помощи:

1. Стационарного подключения через выделенные линии связи.
2. Телефонной версии Dial-Up.
3. Подключения к Интернет, посредством которого происходит соединение с центральным сервером Amadeus.
4. Доступа через терминалы «Сирена – 2.3».

Основными достоинствами системы Amadeus являются:

1. Оперативность внесения и фиксирования данных, несмотря на большие объемы обрабатываемой информации.
 2. Многофункциональный и удобный интерфейс.
 3. Гибкость в администрировании системы в том числе определение прав собственности, индивидуальные настройки, возможность ведения подробного системного журнала.
 4. Полный контроль за взаиморасчетами, благодаря которому имеется возможность осуществлять грамотный мониторинг за объемами продаж.
 5. Возможность автоматического импорта из программы Amadeus в любые другие офисные программы.
- В России Amadeus имеет главные представительства в Москве и Санкт-Петербурге, однако в последнее время активно продвигается на региональных рынках в Новосибирске, Мурманске, Тольятти.

2. Система бронирования и резервирования Galileo.

Является одной из крупнейших систем бронирования и резервирования в мире, созданная в 1987 году авиакомпаниями British Airways, Swissair, KLM, Covia. В 1993 году компания переименовалась в Galileo International, главное представительство располагается в Денвере, 50% акций компании принадлежит США 50% - Европе.

Программа обеспечивает туристические компании и туристов информацией об имеющихся готовых турпродуктах и услугах, а также предусматривает автоматизированную систему бронирования продуктов и

услуг.

В 1999 году компания вышла на российский рынок и завоевала доверие таких крупных операторов как «Интурист», «Калейдоскоп», «Верса». Подключение к системе происходит посредством сети Интернет и стационарной системы Focalpoint, которая базируется на линиях связи SITA [36, с. 17].

Система бронирования Galileo предусматривает не только бронирование отелей, авиа и железнодорожных билетов, но и содержит различные базы данных, позволяет составлять финансовые отчеты агента, осуществляет обмен информацией с системой бронирования, имеет возможность перенесения данных в любую программу Microsoft Office, а также предоставляет возможность печатать билеты.

3. Система бронирования Worldspan.

Является продуктом объединения компьютерной системы бронирования PARS и DATAS, которые являются собственностью американского авиаперевозчика Delta Airlines. Данная система занимает ведущее место среди систем бронирования и резервирования турпродукта в Америке, в Европе ей принадлежит лишь третье место после известных Galileo и Amadeus, в настоящее время данная система активно внедряется в странах Ближнего Востока и Южной Азии. В 1995 году Worldspan вышла на российский рынок и активно сотрудничает с отечественными туроператорами.

В основном данная система настроена на бронирование авиабилетов, однако в данной системе также предусмотрено бронирование отелей, автомобилей (у компаний, предоставляющих услуги по аренде транспорта), а также развлекательных мероприятий [36, с. 25]. Также в данной системе можно найти необходимую информацию о путешествиях и туризме.

В настоящее время Worldspan предоставляет выбор туристическим компаниям в вариантах подключения:

1. Выделенный канал связи British Telecom.
2. Канал связи Worldspan Net, где подключение происходит посредством сети Интернет. Данный канал подключения больше подойдет малым туроператорским компаниям, которые не имеют больших объемов бронирования.

В настоящее время Worldspan активно предлагает новую функцию – использование электронной коммерции, где турист может бронировать турпродукт на сайте туроператора, либо турагентства и оплачивать его при помощи банковской карты. Данные технологические нововведения очень удобны для малых и средних туристских предприятий и выступают в качестве развития интернет-технологий в туризме.

4. Система бронирования Sabre.

Была основана в 1964 году авиакомпанией American Airlines, в 1976 году к системе бронирования авиабилетов добавилась система бронирования отелей [36, с. 41].

На сегодняшний день данная система предлагает бронирование авиа и железнодорожных билетов, отелей, услуг развлечения, аренду транспорта и предлагает пользователям следующие варианты подключения:

1. Planet Sabre.

Имеет простой и наглядный интерфейс и экранные шаблонные формы, подключается посредством сети Интернет.

2. Turbo Sabre.

Предоставляет компаниям возможность по созданию собственной среды максимально удобной для работы. Многофункциональна, включает конфиденциальные тарифы, пользовательские базы данных, электронную почту, связь с Интернетом.

3. Net Platform.

Система бронирования в сети Интернет, подходит для малых и средних туристических предприятий [36, с. 45].

В 1998 году Worldspan постаралась выйти на российский рынок, однако попытки потерпели неудачу.

1.3 Российские системы бронирования и резервирования

В настоящее время в России также, как и в зарубежных странах активно используются интернет технологии в туризме. Туроператорские компании активно используют в своей деятельности отечественные системы бронирования и резервирования турпродукта. Рассмотрим основные из них:

1. Система бронирования и резервирования «Алеан».

Данный программный комплекс представляет собой систему бронирования туров в режиме онлайн.

Включает в себя информационно-поисковую систему, в которой предоставлены данные о наличии доступных дат к бронированию и объектов размещения, а также об условиях бронирования, об условиях

оплаты туров и комиссионном вознаграждении партнера. Система «Алеан» предоставляет информацию не только о домах отдыха и санаториях, но и также о крупных туроператорах, предлагающих туры по России. Следует отметить, что в данной системе можно отдельно забронировать гостиницу с определенным набором услуг, бронирование билетов в данной системе недоступно [30, с. 12].

Подключение к системе бронирования «Алеан» проходит посредством сети Интернет и осуществляется путем заключения договора с агентом и выдачи ему пароля от личного кабинета, в котором он может осуществлять бронирование и резервирование турпродукта и отдельных услуг. Интерфейс и навигация системы достаточно удобна и комфортна для любого пользователя.

СПИСОК ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайт ООО «Максима Тревел туроператор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maxima-travel.yr.ru/>.
2. Александрова А.Ю. Теория деятельности малых туроператорских компаний. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 414 с.
3. Бабаев А. Г. Услуги турбизнеса / А.Г.Бабаев, // Журнал «Вояж и отдых». –2014. – №4.
4. Бабкин А.Б. Стратегическое управление в индустрии туризма. Учеб. пособие/ - Ростов н/Д: Феникс, 2013. - 252с.
5. Балабанов И.Т. Экономика туризма. – М.: ЭСКОМО, 2015. – 343 с.
6. Бирицкая Н.М. Проблемы систем бронирования в индустрии туризма и гостеприимства. – М.: Альянс, 2013. - 329 с.
7. Беликов Г.А. Менеджмент туризма. – М.: Алеф, 2011. – 187 с.
8. Бобкова А. Маркетинговые исследования в туризме. – М.: ЭСКОМО, 2009. – 155 с.
9. Ветинев А.М. Маркетинг. – М.: Крокус, 2014. – 471 с.
10. Войт В.К. Перспективы развития систем бронирования и резервирования туристского продукта. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 215 с.
11. Горшков С.А. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: ВЛАДОС, 2012. – 346 с.
12. Губа В.П. Организации и технологии туроператорской деятельности. – М.: Физическая культура, 2012. – 120 с.
13. Дурович А.П. Организация туризма. – М.: ИНФРА-М, 2013 – 314 с.
14. Елкина И. Туристский бизнес. М.: ЭСКОМО, 2015. - 322 с.
15. Жинкин И. Основы туризма: Метод. Пособие – М.: Крокус, 2013. – 185 с.
16. Жуков А.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: ИНФРА -М, 2013. – 387 с.
17. Зорин И.В. Маркетинг услуг. – М.: Атриум, 2011. – 327 с.
18. Кабушкин, Н.И. Организация туризма: учеб. Пособие. – М.: Новое знание, 2009. - 632 с.
19. Карагозов О.В. Организационные аспекты повышения эффективности российских систем бронирования и резервирования турпродукта. – М.: Научное обозрение, 2013. – 345 с.
20. Квартальнов, В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 320 с.
21. Кондратьев, О.Г. Прикладные программы по формированию, продвижению и реализации туристского продукта / О.Г. Кондратьев // Вояж. – 2008. - № 10. – С. 58-60.
22. Кусков А.С. Проектирование баз данных. – М.: ИНФРА-М, 2011. - 324 с.
23. Лубченков, Ю.Н. Организация и технология туристского обслуживания: учебник / Ю.Н. Лубченков. - М.: Белый город, 2011. - 860 с.
24. Новиков В.С. Организация туристской деятельности. – М.: ЭСКОМО, 2011. – 512 с.
25. Одинцова Т.М. Информационные технологии в туризме. – М.: Алекс, 2011. – 258 с.
26. Писаревский Е.Л. Экономическая информатика. –М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 256 с.
27. Прозоров А.А. Управление качеством в туризме – М.: ИНФРА-М, 2012. - 454 с.
28. Рябова И.А. Экономика и организация туризма. Международный туризм. – М.: ЭСКОМО, 2012. - 257 с.
29. Саакянц, Р.Г. Туристский маркетинг: технология и организация бронирования турпродукта/ Р.Г. Саакянц. – М.: Академия, 2012. – 368 с.
30. Сдасюк Г.В. Обзор компьютерных программ для агентств/ Г.В.Сдасюк, // Туризм и отдых – 2016. – №2.
31. Третьякова Т.Н. Интернет технологии в социокультурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2014. – 460 с.

32. Турковский М. Мультимедийные технологии в туризме. – М.: Пронто-Москва. 2012.- 421 с.
33. Уваров С.С. Интернет в туризме. – М.: ИНФРА-М, 2013. - 168 с.
34. Фатхутдинов Р.А. Стратегические элементы управления изменениями в индустрии туризма. – М.: ИНФРА-М, 2012. - 201 с.
35. Филлипов З.А. Интернет технологии как средство ведения бизнеса. – М.: Интел-синтез, 2015. – 344 с.
36. Чазова Е.И. Особенности зарубежных систем бронирования и резервирования. – СПб Герда, 2013. – 265 с.
37. Чандлер А. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. – М.: ПРОФИ, 2013. - 312 с.
38. Челышев Е.П. Бизнес-модели. Создание процветающей организации. – М.: ПРОФИ, 2013. - 312 с.
39. Шейко Н. И. Экономическое развитие предприятия. – М.: ЭСКМО, 2012. - 224 с.
40. Яковлев Г.А. Политика продвижения в туризме. – М.: ИНФРА-М, 2012. - 309 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/25175>