

О. В. Волощак, О. В. Марковець
Національний університет "Львівська політехніка",
кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

КОНЦЕРТУАЛЬНА МОДЕЛЬ РЕСУРСУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ

© Волощак О. В., Марковець О. В., 2014

Проаналізовано необхідність впровадження сучасних інформаційних технологій для ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу загалом.

Ключові слова: туристичний бізнес, інформаційні технології, консолідований інформаційний ресурс, веб-сайт, туристична подорож.

The article analyzes the need for the introduction of modern information technologies for effective performance of a tour operator and the whole tourism business in general.

Keywords: tourism business, information technology, consolidated information resource, website, tour trip.

Вступ. Загальна постановка проблеми

Інформаційні технології мають дуже великий вплив на розвиток туристичної галузі. Це пов'язано з тим, що туристичний бізнес чи окремих туроператор відкриває перед собою набагато більше можливостей з використанням новітніх комп'ютерних технологій. Впровадження сучасних інформаційних технологій, можливостей мережі Інтернет у всі процеси туристичної організації сьогодні є питанням конкурентоспроможності, авторитету, іміджу, затребуваності та лідерства на ринку туристичних послуг.

Найчастіше туристичні фірми та туроператори використовують можливості мережі Інтернет для надання та реклами туристичних послуг чи продуктів. Мережа Інтернет має велику кількість переваг для ведення та розвитку туристичного бізнесу, а саме:

- можливість оперативного як розміщення, так і пошуку в Інтернеті інформації про «гарячі» тури, місця в готелях, квитки тощо;
- можливість бронювання через Інтернет турів, місць у готелях, квитків, а також знижки у разі бронювання та замовлення через Інтернет;
- колосальна цілодобова ефективна і порівняно дешева реклама;
- велика економія коштів при використанні електронної пошти при співробітництві з іноземними партнерами, туроператорами, готелями, транспортними компаніями;
- можливість отримувати важливу для туристичних фірм і туристів інформацію, наприклад, нові тури, знижки, політична та економічна стабільність у вибраних країнах, новини законодавства щодо туризму в різноманітних країнах тощо [1, 3].

Це основні переваги Інтернету, що відіграють найбільшу роль.

Також туристична діяльність сьогодні – це глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому беруть участь найбільші авіакомпанії, готелі, туристичні корпорації усього світу. Сучасний туристичний продукт стає гнучкішим і індивідуальним, привабливішим і доступнішим для споживача. Персональний комп'ютер та Інтернет, їх доступність і надійність, сприяють проникненню у всі сфери суспільства нових інформаційних технологій. Ці технології забезпечують зростання продуктивності у всіх сферах послуг.

Сучасні інформаційні технології в туристичному бізнесі можуть використовуватися в таких сферах: комунікації, реклами, автоматизації управління, автоматизації обліку тощо. Тому розвиток інформаційних технологій у сфері туристичних послуг має бути одним з першочергових. [2, 3]

Актуальність статті

Ринок туристичних послуг освоює площі мережі Інтернет. Туристичний бізнес тісно пов'язаний з мережею Інтернет. Ринок туризму в Інтернеті безупинно еволюціонує, засвоює нові технічні можливості, створює і розширює рекламні та інформаційні площі. Споживачі туристичних послуг цінують свій час і підбирають тури найзручнішим і раціональним способом у туристичних інтернет-порталах, на тематичних веб-сайтах і пошукових системах.

Інформація турфірм і туристичних послуг стала особливо необхідною в останні роки, у зв'язку з швидким зростанням туристичного ринку України і появою безлічі турагентств та ресурсів, що надають туристичні послуги. Актуальність теми статті зумовлена тим, що за умови жорсткої конкуренції, найбільш вигідним і коректним є подання інформації про туристичні послуги через мережу Інтернет, а саме веб-сайт.

Мета статті

Метою статті є представлення принципів функціонування консолідованого інформаційного ресурсу, в якому буде зібрано інформацію, яка потрібна для організації туристичних подорожей.

Реалізація мети зумовила необхідність постановки таких завдань роботи:

- визначити складові процесу обслуговування туристів під час організації туристичних подорожей;
- розробити інформаційне забезпечення організації туристичних подорожей;
- визначити складові пакета послуг та програми організації туристичних подорожей;
- дослідити організаційно-технічне забезпечення для організації туристичних подорожей;
- дослідити методи позиціонування та просування створеного сайту;
- визначити засоби рекламно-інформаційної підтримки сайту.

Створений консолідований ресурс, на якому будуть представлені туристичні послуги, поєднуватиме: якість виконання, технічні можливості, актуальність інформації, зміст обсяг бази, представлених туристичних і додаткових послуг, умови і зручність їх придбання для клієнтів, репутація фірм.

Завдяки створенню веб-сайту в Інтернеті туристичний бізнес отримує великі переваги:

- необмежений обсяг отримання інформації економічного, правового, підприємницького, природно-рекреаційного, туристичного характеру;
- вигідне подання рекламного матеріалу;
- розширення цільової аудиторії та географії розповсюдження послуг.

Також це легкість входження й орієнтації та широкий доступ до аудиторії потенційних користувачів, корпоративних клієнтів, компаній; можливість організації замовлення туру, авіабілету, бронювання номера в готелі, оренди автомобіля, інших суміжних послуг під час подорожі та проведення дозвілля.

Виклад основного матеріалу

Під час консолідації інформації для інтернет-ресурсу охоплено інформацію з декількох джерел. Збирають інформацію для консолідованого інформаційного ресурсу для організації туристичної подорожі за допомогою аналітичного огляду найпопулярніших українських форумів і блогів. Було переглянуто веб-сайти найпопулярніших туристичних агентств, визначено всі послуги, які вони надають, та всі послуги, які б могли бути корисними для потенційного туриста.

Створений сайт для повноцінного функціонування повинен містити таку інформацію:

- дані про всі тури, що існують;
- терміни туру (дата від'їзду, дата повернення, тривалість перебування в дорозі тощо);
- тривалість туру;
- найпопулярніші серед туристів тури;
- яка вартість такого туру;
- кількість зірок готелю (його авторитет, престижність та імідж);
- вартість послуг, які не входять до прайсу;

- наявність різних розважальних програм;
- популярність курорту серед туристів;
- відгуки про готель та обслуговування;
- відгуки про туристичну фірму тощо.

Список довгий, тому що кожна людина індивідуальна і її можуть цікавити різні нюанси поїздки. Менеджеру створеного консолідованого ресурсу важливо буде знати таку інформацію для того, щоб знати правильні відповіді на запитання чи обрати оптимальний варіант подорожі для туриста:

- Клієнт (турист) звернувся вперше чи вдруге до консолідованого ресурсу?
- Яку суму турист планує витратити на подорож?
- Які туристичні послуги хоче отримати турист під час подорожі?
- Яким видам відпочинку віддає перевагу клієнт?
- Активний чи пасивний відпочинок вибирає турист (клієнт)?
- Чи потрібні йому особливі умови (інвалідність)?

Існування консолідованого ресурсу для організації туристичної подорожі принесе вигоди практично всім потенційним туристам:

- Туристу буде запропоновано і пояснено принцип бронювання онлайн. Менеджер консолідованого інформаційного ресурсу зможе пояснити всі принципи такого бронювання та надасть інформацію про знижки та переваги такого бронювання.

- Оперативність. Можна оперативніше спілкуватися та обмінюватися інформацією з потенційним клієнтом (туристом), інформувати його про різні акції, нововведення чи наявність гарячих пропозицій.

- Вичерпна інформація. На сайті повинна міститися вся інформація, яка цікава клієнту. Весь контент сайту повинен відповідати потребам туриста, на сайті кожен користувач повинен знайти всю інформацію, яка б йому була потрібна (дізнатися інформацію про актуальні тури, найпопулярніші курорти чи готелі, почитати коментарі та відгуки інших клієнтів тощо).

- Доступність. Сайт працює цілодобово, сім днів на тиждень.

- Наявність «корисних» сервісів, а саме: відтворення туру в 3D, онлайн-калькулятор вартості туру, оновлення панелі курсу валют чи погоди.

Туристичні сайти відрізняються продуманим виразним дизайном і простим управлінням, – таким і буде консолідований інформаційний ресурс для організації туристичної подорожі. Основні моменти в оформленні та заповненні сайту контентом такі: інформація про країни, фотогалерея, відеогалерея, карта напрямків за країнами, довідник турів, довідник готелів, інформація про отримання візи, можливість отримати гарячу путівку, відгуки туристів, контакти (зворотний зв'язок), онлайн-допомога, карта готелів, прогнози погоди в різних куточках світу тощо.

Консолідований інформаційний ресурс для організації туристичної подорожі поєднуватиме такі типи туристичних сайтів:

- Спеціалізовані туристичні сайти. Ці сайти створені туристичними організаціями, які зацікавлені у наданні туристичних послуг лише в певних країнах чи регіонах. На таких сайтах міститься інформація лише про ті курортні місця, які є на певній території, також про відпочинкові зони, готелі, бази відпочинку, культурні пам'ятки і т.п. Також повинна бути яскрава фотогалерея лише цих країн.

- Сайти, що пропонують путівки по всьому світу. Контент цих сайтів містить інформацію про всі країни світу.

- Туристичні промосайти. Такі сайти розробляють для того, щоб популяризувати один напрямок туру чи одну програму.

- Туристичні портали. Такі портали містять інформацію, яка б відповідала будь-яким вимогам, зокрема інформацію не лише про країну чи курорт, але й про культуру народу чи поселення, визначні пам'ятки архітектури, традиції тощо.

- Прибуткові туристичні сайти. Для такого сайту важлива кількість постійних клієнтів та постійне залучення користувачів інших сайтів. Прибутковий туристичний сайт повинен містити лише унікальний, цікавий та актуальний контент, що постійно оновлюється.

Потенційним клієнтам будь-якої туристичної фірми чи користувачів туристичного сайту потрібно і важливо знати інформацію про деталі туру (вартість, терміни, щоденну програму, якість обслуговування в готелях тощо). Щоб візуально продемонструвати цікавість туру, на сайті мають бути розташовані фотографії та відео (готель, територія готелю, цікаві об'єкти туру).

Туристи цікавляться відгуками тих, що вже здійснили таку саму подорож. Отож, на сайті мають бути представлені відгуки, коментарі, пропозиції від них для того, щоб не лише їх прочитати, але й мати змогу задати запитання.

На туристичному сайті повинні бути представлені контакти осіб, які б могли допомогти вибирати тур чи надати додаткову інформацію відносно конкретних турів.

За допомогою DF-діаграми можна продемонструвати організацію туристичної подорожі за допомогою консолідованого інформаційного ресурсу (рис. 1). На рис. 2 деталізовано перший рівень організації туристичної подорожі, що детальніше описує всі процеси.

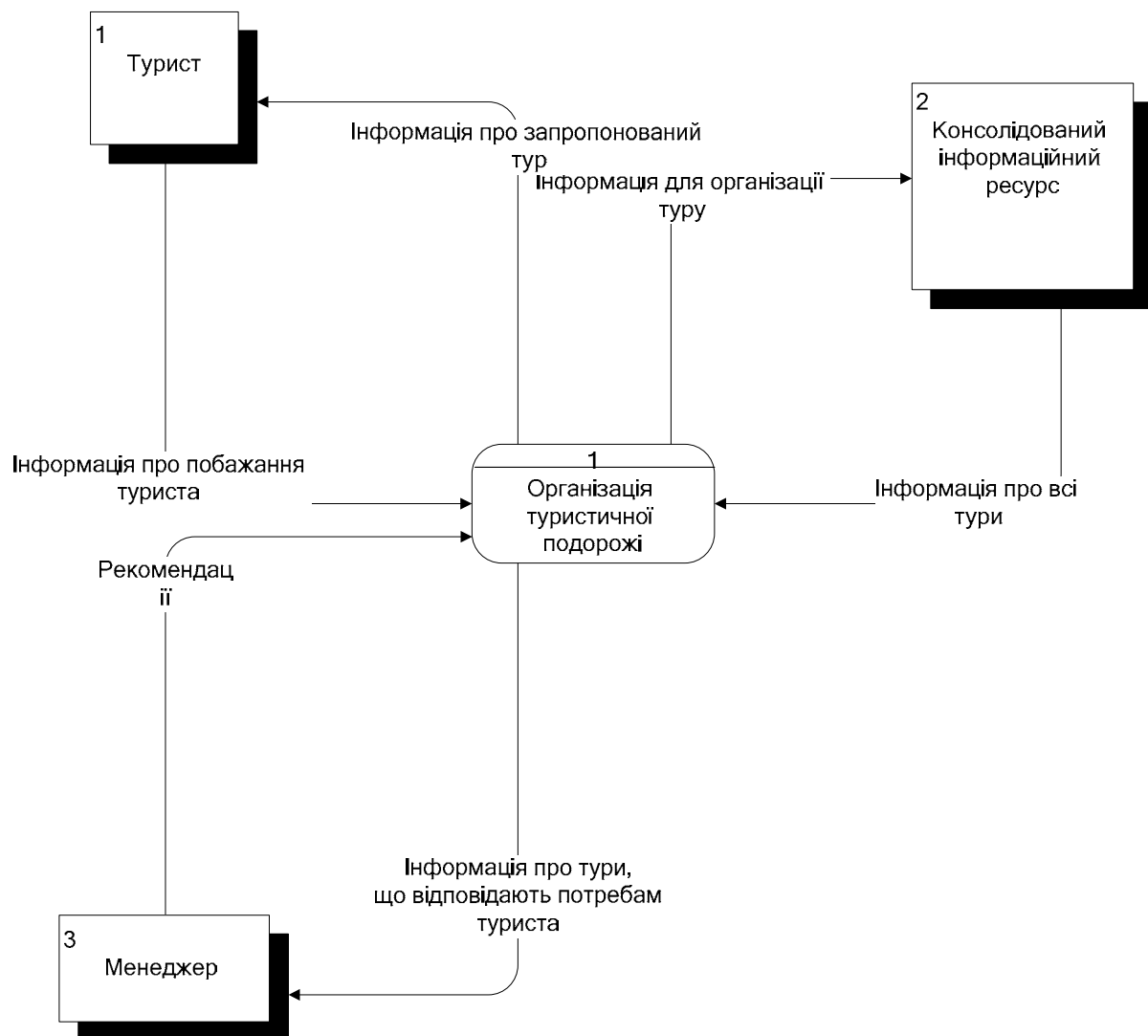


Рис. 1. Контекстна діаграма (Організація туристичної подорожі)

Як видно з рис. 1, Організація туристичної подорожі здійснюється за допомогою Менеджера, Консолідованого інформаційного ресурсу та Туриста.

Всі складові системи взаємодіють між собою, обмінюються інформацією, корегують інформацію відповідно до потреб, збирають та оцінюють інформацію загалом. Менеджер систематизує, обробляє та фільтрує інформацію про тури, вносить поправки та видає рекомендації щодо туру. В організації туру виконує роль виконавця та аналітика. Турист, визначаючи свої побажання,

спрямовує роботу менеджера в певному напрямі, щоб підібрати якнайкращий тур. Після запиту з побажанням, турист отримує корисну потрібну інформацію про тур, яку було оброблено та оформлено відповідно до його бажання. Інтернет-ресурс містить всю інформацію, яка б могла бути потрібна для організації туристичної подорожі. Над цією інформацією працює менеджер, систематизована інформація доходить до туриста.

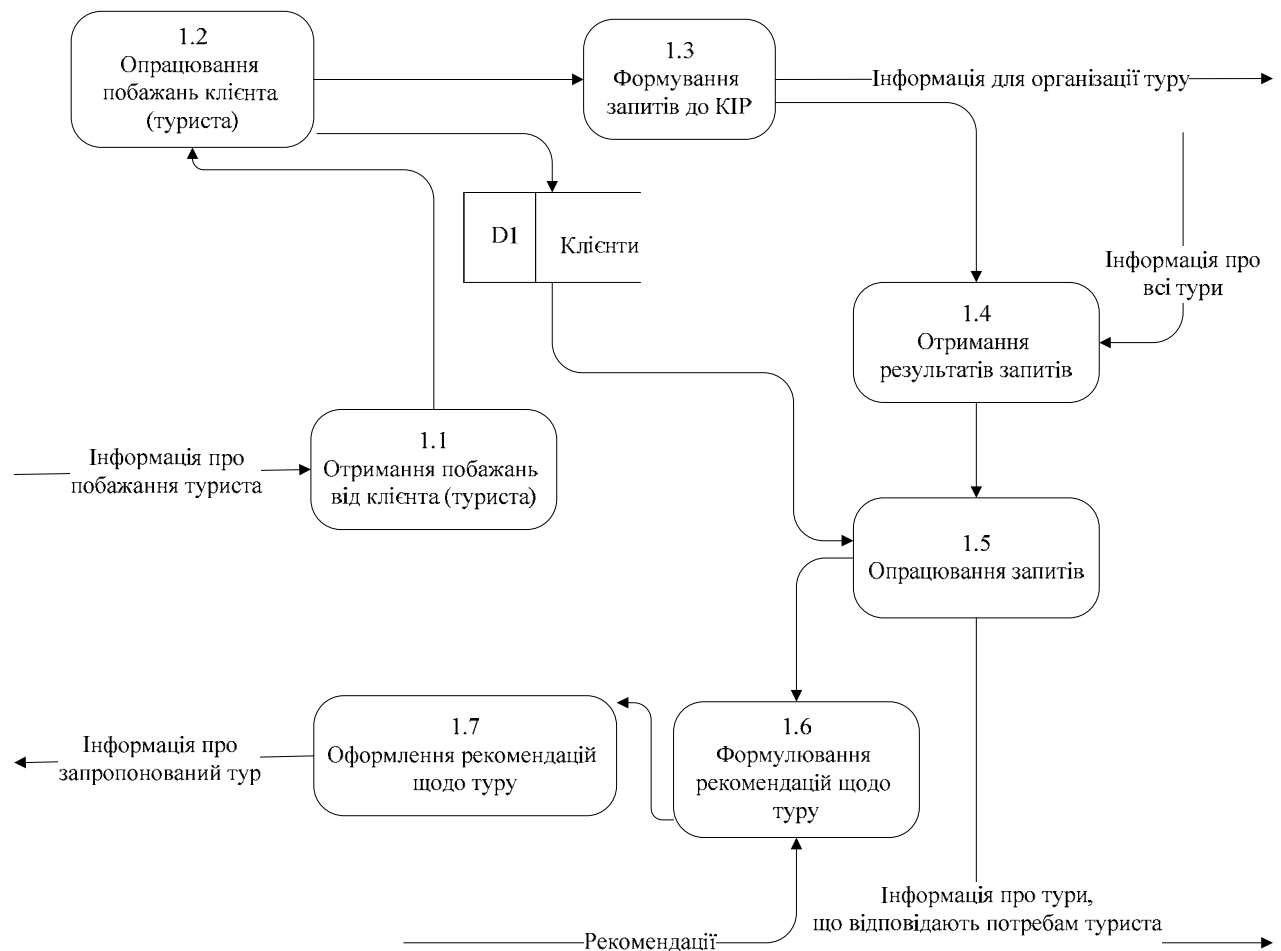


Рис. 2. Деталізація контекстної діаграми першого рівня (Організація туристичної подорожі)

Контекстна діаграма та деталізована контекстна діаграма першого рівня містять великий обсяг інформації – тому потрібно мати певну базу знань та навичок для правильної побудови діаграм цього типу та їх читання.

Діаграму можна читати так. Організації туристичної подорожі відповідають такі блоки робіт на діаграмі потоків даних: «Отримання побажань від клієнта (туриста)», «Опрацювання побажань клієнта (туриста)», «Формування запитів до консолідованого інформаційного ресурсу», «Отримання результатів запитів», «Опрацювання запитів», «Формулювання рекомендацій для туру», «Оформлення рекомендацій щодо туру».

Організація туристичної подорожі залежить від таких зовнішніх сутностей: «Менеджер», «Турист», «Консолідований інформаційний ресурс».

Перша робота – це «Отримання побажань від клієнта (туриста)», – блок № 1. Вхідною інформацією є інформація про побажання туриста (інформація надходить від туриста). Друга робота – це «Опрацювання побажань клієнта (туриста)» – блок № 2. У цьому блоці інформація опрацьовується та далі надходить до третього блоку «Формування запитів до консолідованого інформаційного ресурсу». Дані в базу даних заносять «Клієнти», де зберігається вся інформація про клієнтів та їхні запити тощо. Третя робота – це «Формування запитів до консолідованого

інформаційного ресурсу» – блок № 3. Вихідною величиною є інформація для організації туру. Четверта робота – це «Отримання результатів запитів» – блок № 4. Вхідні відомості блоку – це інформація про всі тури. П'ята робота – це «Опрацювання запитів» – блок № 5. Вхідні відомості йдуть з бази даних «Клієнти». Оброблена інформація йде у «Формулювання рекомендацій для туру». Вихідною інформацією є також інформація про тури, що відповідають потребам туриста. Шоста робота – це «Формулювання рекомендацій для туру» – блок № 6. Вхідною інформацією є рекомендації від менеджера. Сьома робота – це «Формулювання рекомендацій для туру» – блок № 7. Вихідною інформацією є інформація про запропонований тур. Отже, потрібно прискорити втілення хорошої ідеї зі створення консолідованого ресурсу, що допоможе організувати туристичну подорож. Для успіху роботи цього проекту треба чітко уявляти роботу, постійно генерувати ідеї, вибудовувати комунікацію, оцінювати виконану роботу. Також, щоб проект функціонував, потрібно переймати досвід розвинених країн.

Наочним прикладом організації туристичної подорожі за допомогою консолідованого інформаційного ресурсу є діаграма послідовностей. Діаграма послідовностей належить до діаграм взаємодії UML, що описує поведінкові аспекти системи, але розглядає взаємодію об'єктів у часі. Інакше кажучи, діаграма послідовностей відображає часові особливості передачі і прийому повідомлень об'єктами [4].

На рис. 3 зображено, як турист оформлює замовлення, передає його в КІР. Потім інформація (замовлення) приймається і вивчається, після чого видається менеджеру. Менеджер вносить дані, оформляє та передає інформацію (замовлення) на інший етап опрацювання. Після всієї роботи над інформацією отримують результат, який передають у вигляді звіту туристу. Турист за допомогою цієї системи отримує інформацію, яка йому потрібна (відповідає його запити).

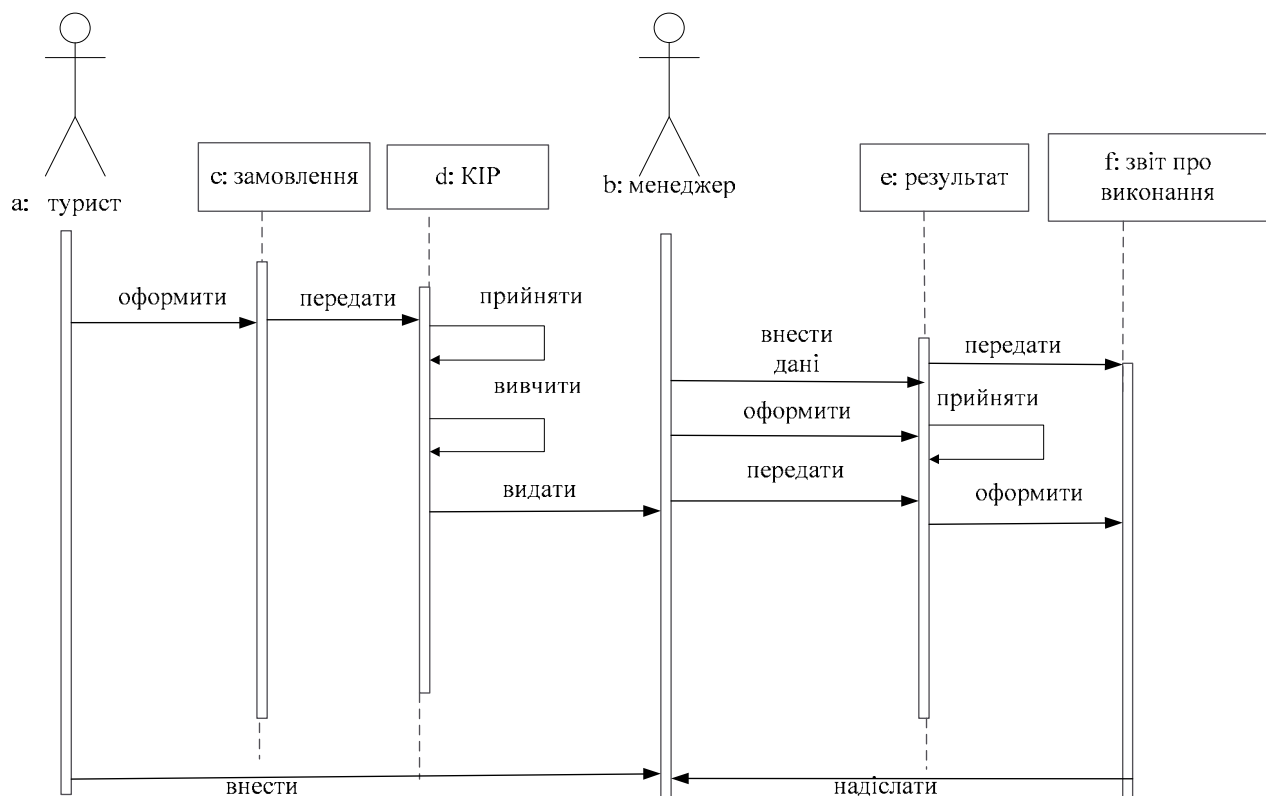


Рис. 3. Діаграма послідовності

Також організацію туристичної подорожі можна подати діаграмою варіантів використання. Головне призначення діаграми варіантів використання полягає у формалізації функціональних вимог до системи за допомогою понять відповідного пакета і можливості узгодження отриманої моделі з замовником на ранній стадії проектування. Будь-який з варіантів використання може бути

підданий подальшій декомпозиції на безліч підваріантів використання окремих елементів, які утворюють вихідну сутність [4, 5].

Можна детальніше розглянути процес моделювання системи «Організація туристичної подорожі». Ролі конкретних акторів цієї системи виконують три суб'єкти, а саме: Турист, Менеджер, Консолідований інформаційний ресурс. Всі ці актори взаємодіють у розглянутій системі «Організації туристичної подорожі», вони всі звертаються до цього сервісу та залежать певною мірою від нього. «Організація туристичної подорожі» як система набуває якості варіанта використання розроблюваної діаграми, первісна структура якої може містити лише трьох акторів і єдиний варіант використання (рис. 4).

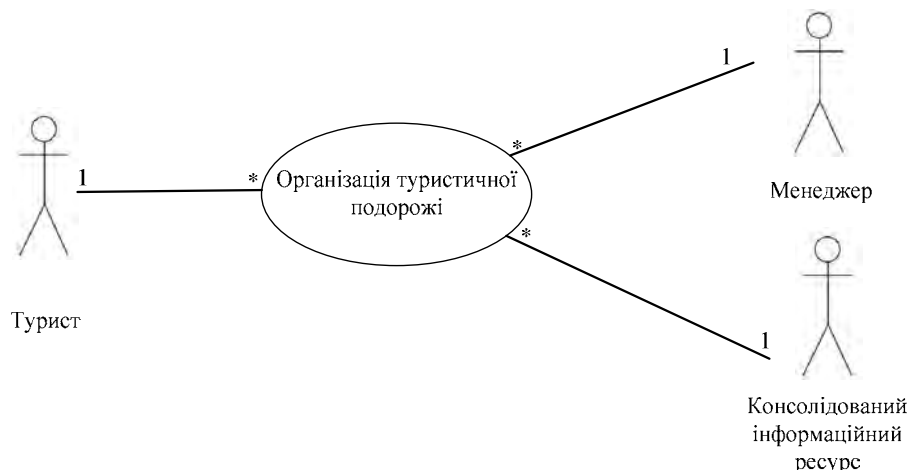


Рис. 4. Початкова діаграма варіантів використання

Всі значення, вказані в цій діаграмі варіантів використання, відображають загальні правила організації туристичної подорожі, які можна уточнити (деталізувати).

Наступним кроком розроблення діаграми варіантів використання «Організації туристичної подорожі» буде уточнення на основі введення шести додаткових варіантів використання, а саме: отримання інформації про тури; отримання рекомендацій; отримання даних туру; отримання інформації для організації туру; отримання інформації про запропонований тур; отримання інформації про побажання туриста. Це впливає з детальнішого аналізу процесу організації туристичної подорожі, що дає змогу виділити як окремі сервіси певні дії.

Отже, ці уточнені дії розкривають дію першого варіанта використання з метою його конкретизації, тому між ними виникатиме відношення розширення/включення.

Отримана діаграма варіантів використання (після її деталізації, уточнення та розширення) містить шість варіантів використання і три актори (рис. 5), між якими встановлено зв'язки (відношення включення та розширення). Ще одною діаграмою, якою можна описати процес організації туристичної подорожі, є діаграма прецедентів. Діаграма прецедентів – в UML – діаграма, на якій зображено відношення між акторами та прецедентами в системі.

На рис. 6 зображено діаграму прецедентів системи. Вона показує відносини між менеджером (актором) та можливими діями над системою (прецедент). Завдяки цій діаграмі менеджер може побачити усі дії, які взагалі можливі у цій інформаційній системі. На рисунку можна побачити, що менеджер може довільно користуватися всіма існуючими функціями (працювати з турами, туристичними агентствами та клієнтами-туристами), він може переглядати інформацію всієї бази даних. Робота з туристичними агентствами забезпечує такі функції: 1. Редагувати інформацію турагентства. 2. Видалити турагентство. 3. Переглянути нове турагентство. 4. Пошук турагентства. 5. Додати нове турагентство. Робота з туристом забезпечує такі функції: 1. Додати нового туриста. 2. Перегляд інформації про туриста. 3. Пошук туриста. 4. Видалити туриста. 5. Редагувати інформацію про туриста. Робота з турами забезпечує такі функції: 1. Отримати звіт за туром. 2. Пошук туру. 3. Редагувати інформацію про тур. 4. Створити новий тур. 5. Видалити тур. 6. Перегляд інформації про тур.

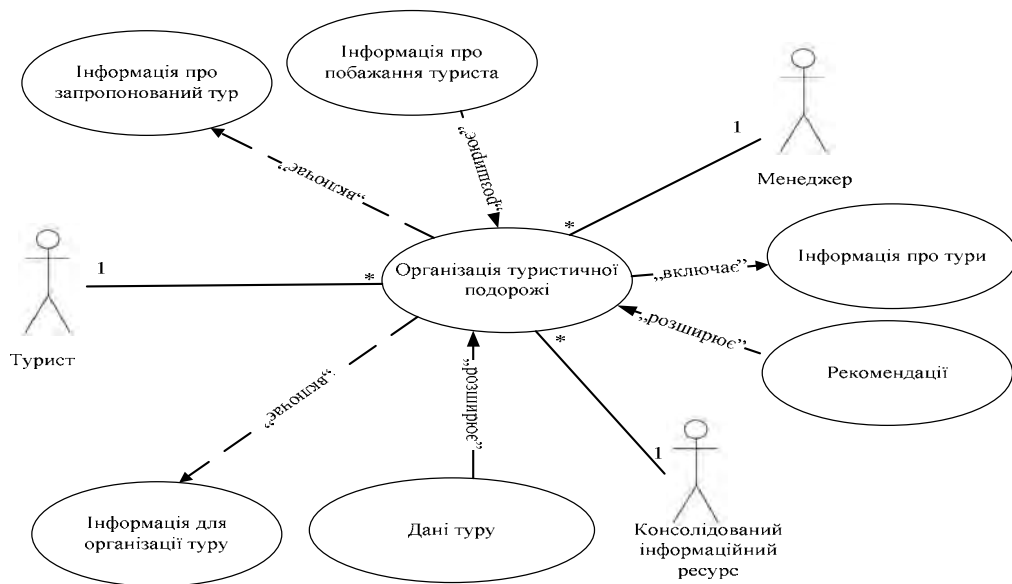


Рис. 5. Деталізована діаграма варіантів використання

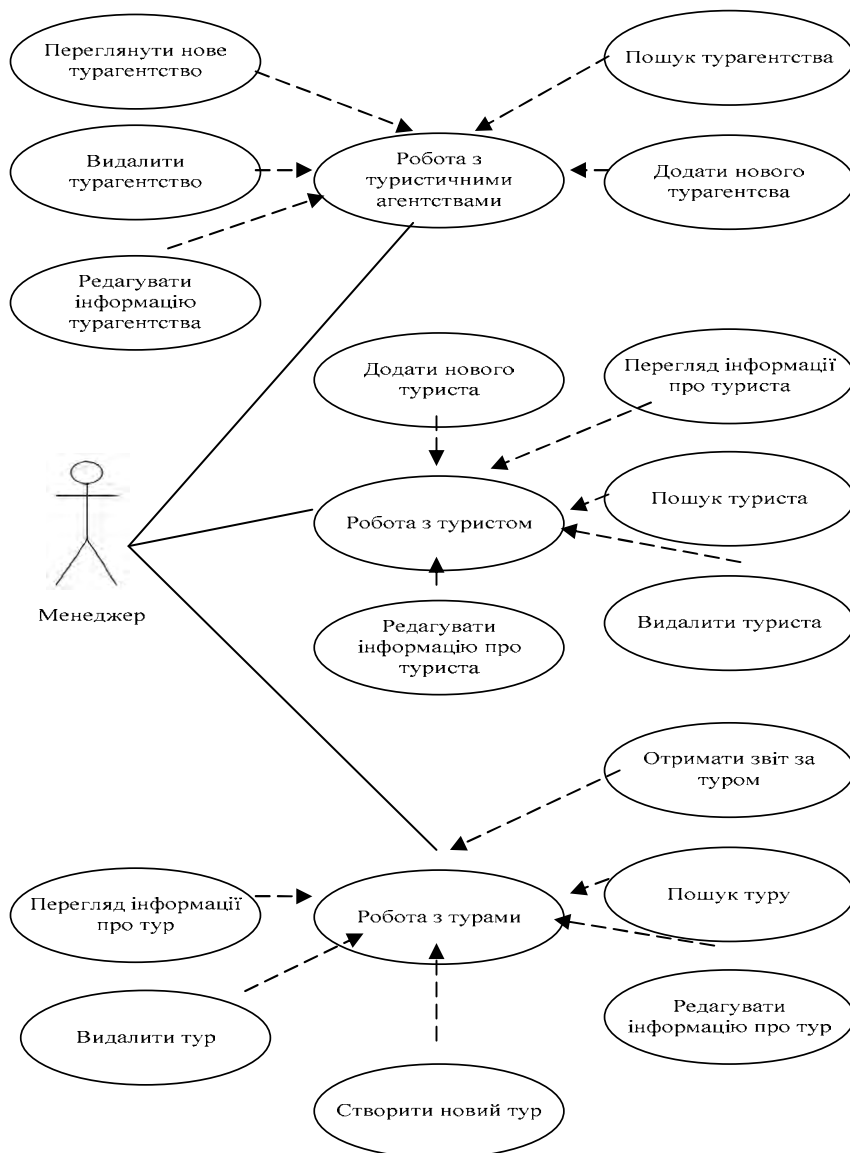


Рис. 6. Діаграма прецедентів

Висновок та перспективи наукових розвідок

У новітніх умовах не можна забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу та задоволення потреб туриста без використання та впровадження сучасних інформаційних технологій чи нововведень в галузі комп'ютерингу. Їх використання забезпечує дотримання сукупності вимог, що ставляться для якісного та продуктивного ведення туристичного бізнесу та формують якість туристичних послуг. Отож, впровадження нововведень у галузі комп'ютерингу у діяльність туристичних підприємств дасть змогу: удосконалити якість обслуговування; збільшити кількість замовлень; підняти та покращити репутацію, авторитет, імідж та престиж фірми; знизити економічну небезпеку організації; знизити витрати на певні категорії (надсилання пошти, оплата за зв'язок тощо); підвищити продуктивність праці як окремого працівника, так і цілого відділу; посилити конкурентоспроможність підприємства; підвищити затребуваність у туристичних продуктах фірми тощо. Для створення консолідованого ресурсу, який допоможе організувати туристичну подорож, потрібно виконати такі п'ять пунктів, які допоможуть досягти успіху:

- Відповісти на дуже важливе питання: яку проблему для потенційного клієнта (туриста) потрібно вирішити? Важливо зрозуміти, що часто туристичні агентства в мережі роблять велику помилку: дуже захоплюються ідеєю, технологією, але насамперед потрібно зрозуміти потребу, яку проект (консолідований ресурс) повинен вирішити для туриста.

- Забезпечити високу якість сервісу. Електронний туризм дає змогу туристам самим обрати найоптимальніший варіант туристичної подорожі в онлайн-режимі. Офлайновому туристичному агентству складно відповідати всім вимогам клієнта: розсортувати готелі за ціною, зірковістю, місцезнаходженням, доступністю. Скласти рейтинг вручну дуже важко і це займе багато часу, а для консолідованого ресурсу це проста задача.

- Створити культуру постійного інноваційного розвитку. Для того, щоб домогтися успіху, онлайн-компанія повинна бути інноваційною. Вона повинна постійно пропонувати ринку нові продукти. Отож, це має велике значення, оскільки в Інтернеті прогрес є швидшим, ніж в офлайні.

- Для онлайн-ресурсу, який почне розвиватися, потрібно сфокусуватися на потребах та проблемах українського туриста.

- Переконаватися, що проект продуманий і має чіткий план. Потрібно зібрати хороший матеріал, що є нелегкою справою.

- Продумана відмінна технологія, ідея, маркетинг не забезпечать успіху. Успіх – це питання виконання. Потрібно вести справу і постійно перевіряти, наскільки все йде добре, наскільки задоволені споживачі. Виконання – це найскладніша частина на старті роботи консолідованого ресурсу.

Отже, потрібно прискорити втілення хорошої ідеї зі створення консолідованого ресурсу, що допоможе організувати туристичну подорож. Для успіху роботи цього проекту треба мати чітке бачення роботи, потрібно постійно генерувати ідеї, вибудовувати комунікацію, оцінювати виконану роботу. Також, щоб проект функціонував, потрібно використовувати західний досвід.

1. Інтернет-туризм: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/1299101043566/turizm/internet-turizm>. 2. Інформаційні технології в туризмі: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/vt5-1.htm. 3. Котлер Ф. Туризм / Ф. Котлер // Інтернет-видання «Дистанційний курс»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://infotour.in.ua/kotler_tourism.htm. 4. Основи UML: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.kde.org/stable/uk/kdesdk/umbrello/uml-basics.html>. 5. Рекомендації з розробки діаграм варіантів використання: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kniga.scienceontheweb.net/rekomendatsii-razrabotke-diagramm-variantov-18479.html>.