



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

6. Қазақстан тарихы. 2012 ж, 3 басылым
7. С.Ө.Білалов. Отағасырлық Жанкент қаласында жүргізілген археологиялық жұмыстар.
8. <http://visitkazakhstan.kz/kk/guide/places/view/230/>
9. <http://otdih.nakubani.ru/muzej-gorgippiya/>

УДК 338.48

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА СЛУЖБЕ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Ахмед Айкерим Ерланкызы

brusik2000@mail.ru

Студент ЕНУ им.Л.Н.Гумилева, г.Астана, Казахстан

Научный руководитель – Сыздыкбаева Б.У.

Главная цель Казахстана, которую поставил перед нами Лидер нации, - к 2050 году войти в число 30 самых развитых государств мира. Для достижения этой цели у нас есть ориентир - «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства». Одним из основных положений Стратегии является всесторонняя поддержка предпринимателей. Президент отметил, что этот вопрос должен стать одним из важнейших направлений деятельности для государства, назвав бизнесменов ведущей силой национальной экономики. «Мы должны создать условия, чтобы человек смог попробовать себя в бизнесе, стать полноценным участником проводимых в стране экономических преобразований, а не ждать, что государство решит за него все проблемы», - подчеркивает Президент РК Н.А. Назарбаев [1].

Информатизация - одна из наиболее ярких черт системы общественных отношений развитых стран. Человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация и знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста.

Технологический прогресс является сегодня не только главным фактором обеспечения благосостояния нации, но и важнейшим условием процесса ее устойчивого развития. При этом приоритетное внимание уделяется именно информационным технологиям, которые благодаря их особым свойствам катализатора активно содействуют технологическому прорыву страны не только в информационной сфере, но и во многих других не менее важных направлениях.

Информационные технологии коснулись и туристской деятельности. Туризм сегодня - это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепи и туристические корпорации всего мира. Современный туристический продукт становится более гибким и индивидуальным, более привлекательным и доступным для потребителя.

Туризм и информация неразделимы: решение о поездке принимается на основе информации; сам тур в момент покупки - тоже информация; информацией обмениваются сотни раз в день все участники туристического рынка. Это означает, что нужно уметь работать с информацией, собирать, обрабатывать и принимать на её основе единственно верное решение.

Информационная технология - это совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, обработку, хранение, передачу и отображение информации.

Как известно, туризм представляет собой торговлю услугами. Причем, во-первых, — это комплексная и разнообразная услуга, как с точки зрения производителя, так и

потребителя. Во-вторых, — это невидимая, изменчивая и интегрированная услуга. И, наконец, в-третьих, — это информационно-насыщенная услуга. Именно эти характеристики туризма представляют его как отрасль, идеально подходящую для применения информационных технологий. Устройство туристской отрасли очень похоже на устройство

любой другой экономической сферы деятельности. Производители туристских услуг действуют внутри вполне определенной управляемой структуры, состоящей из правительственных и коммерческих организаций, торговых ассоциаций (например, гостиничных, воздушного транспорта, туристских агентов и т.д.). Производители туристских услуг классифицируются на вполне определенные категории поставщиков (авиакомпании, гостиницы, аренда автомобилей, обслуживание в туристской дестинации), оптовые фирмы (туроператоры) и розничные фирмы (турагенты). Потребители (туристы) являются последней ступенькой всей туристской системы [3].

Информационные потоки представляют собой не только потоки конкретных данных, но также услуги и платежи. Услуги, такие как размещение в гостинице, места в самолетах, не выставляются в физическом виде и не осматриваются при продаже в пункте назначения. Единственным путеводителем к наличию и качеству продукта является информация. Следовательно, можно сделать вывод о том, что обеспечение достоверной информацией и скорость ее распространения является столь же важным для выживания туристской отрасли, как и фактическое предоставление потребителям ее услуг.

Внедрение информационных технологий в туристскую индустрию включает в себя несколько отличительных свойств информационных технологий, имеющих стратегическое значение для развития общества. Представляется целесообразным выделить следующие, наиболее важные.

Во-первых, информационные технологии позволяют активизировать и эффективно использовать информационные ресурсы общества, которые сегодня являются наиболее важным стратегическим фактором его развития. Опыт показывает, что активизация/распространение и эффективное использование информационных ресурсов (научных знаний, открытий, изобретений, технологий, передового опыта) позволяют получить существенную экономию других видов ресурсов: сырья, энергии, полезных ископаемых, материалов и оборудования, людских ресурсов, социального времени.

Во-вторых, информационные технологии позволяют оптимизировать и во многих случаях автоматизировать информационные процессы, которые в последние годы занимают все большее место в жизнедеятельности человеческого общества [4].

Следует сказать, что информационные технологии играют исключительно важную роль в обеспечении информационного взаимодействия между людьми, а также в системах подготовки и распространения массовой информации. Эти средства быстро ассимилируются культурой общества, так как они не только создают большие удобства, но снимают многие производственные, социальные и бытовые проблемы, вызываемые процессами глобализации и интеграции мирового сообщества, расширением внутренних и международных экономических и культурных связей, миграцией населения и его все более динамичным перемещением по планете. В дополнение ставшим уже традиционными средствам связи все более широко используются системы электронных телекоммуникаций, электронная почта, факсимильная передача информации и другие виды связи.

В свою очередь сетевые информационные технологии представляют собой актуальное и перспективное направление развития информационных технологий. Их цель — не только обеспечение обмена информацией между отдельными пользователями информационно — вычислительных систем, но также и создание для них возможности кооперативного использования распределенных информационных ресурсов общества, получения справочной, документальной и другой информации из различного рода специализированных информационных фондов. В последнее время центральной темой публикаций не только компьютерной прессы, но и массовых изданий, стал интернет, приковав к себе внимание специалистов по информационным технологиям, бизнесменов, рядовых пользователей и

всего цивилизованного мира. Всемирная паутина оказывает неоценимую информационную помощь и добавляет к традиционным новый канал реализации туристических услуг — электронный.

Уже сейчас половина всей выручки, которая генерируется через интернет, приходится на отрасль путешествий и туризма. 62% пользователей, обращающихся в интернет, ищут тарифы отелей и авиакомпаний и сведения о наличии свободных мест. Каковы преимущества глобальной сети? Во-первых, широчайший охват аудитории. Он позволяет 35 тыс. клиентам посещать самый популярный сервер по туризму TravelWeb, на котором представлено более 17 тыс. отелей. Во-вторых, сравнительно невысокие накладные расходы и прилагаемые усилия для продавцов и покупателей. Стоимость бронирования через интернет составляет в среднем \$ 1,7, тогда как через GDS — \$ 3,5. Традиционно-факсовый способ вытягивает из кошелька покупателя \$ 10. Третье удобство — круглосуточный доступ в сеть для частных пользователей. Эти преимущества интернета, а также возможность обновления информации за считанное время, используют и туристские фирмы, перед которыми сеть открывает значительные возможности реализации туристских продуктов в режиме on-line и их рекламе, а также стимулирования продаж.

Возможности интернет в формировании, продвижении и реализации туристского продукта используются для поиска партнеров; хранения базы клиентов; маркетинговых исследований; реализации туристского продукта; эффективной рекламы туристских услуг; поиска и систематизации требуемой информации; бронирования и резервирования туристских услуг; анализа эффективности принятой рекламной стратегии и др. [5].

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса практически невозможно без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.). Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей. Многообразие применяемых в туризме информационных технологий приведено на рис.1.

В настоящее время формирование турпродукта предусматривает использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System), обеспечивающих быстрое и удобное бронирование билетов на транспорте, резервирование мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т.д.

В индустрии туризма также широко распространен видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет. В Великобритании около 90 % турагентств используют систему визуальных данных Prestel, которую поддерживает компания British Telecom. Эта система содержит информацию о туризме и путешествиях, а также предложения туроператоров, железнодорожных линий, паромов, отелей и авиалиний, легко доступную потребителям. В систему также регулярно заносят последние новости и изменения по всем этим направлениям. Основным компонентом системы Prestel являются телевизор, выступающий в качестве дисплея, клавиатура для ввода данных, а также адаптер, который обеспечивает

связь турагентства с центральным компьютером, минуя телефонные линии. Технология видеотекста также пользуется успехом во Франции, где применяется система Minitel. В то же время в США использование видеотекста ограничено [5].



Рисунок 1. Системы информационных технологий в туризме

Влияние информационных технологий на туризм ощущается на разных стадиях создания и продвижения турпродукта. Основные направления влияния современных компьютерных технологий на туризм представлены на рис.2.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего, это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. Так, в области рекламы широкое распространение получила прямая рассылка туристской информации по электронной почте (direct-mail). В последние годы большинство туристских предприятий создают свои собственные сайты в интернете, а также используют баннерную рекламу. Хотя эффективность этих каналов распространения туристского продукта в Казахстане не очень высока, это направление следует рассматривать как весьма перспективное.

Необходимость автоматизации процессов управления в турфирме уже стала аксиомой, но проблемными по-прежнему остаются методика и обстоятельства перехода на новые технологии.



Рисунок 2. Влияние информационных технологий на туризм

Любая автоматизация турфирмы предполагает внедрение в ее деятельность

автоматизированных рабочих мест, благодаря которым будет реализован комплекс обеспечивающих и функциональных информационных технологий, способствующих выполнению тех или иных задач управления. Целью автоматизации турфирмы является информационная поддержка формирования и принятия решений менеджментом.

В большинстве случаев автоматизация турфирмы касается лишь подготовки информации для изучения ситуации, на основе анализа которой сотрудник может принять решение. Таким образом, информационные технологии управления турфирмами предназначены для автоматизации деятельности туроператоров и турагентов по формированию и реализации турпродукта потребителю.

В настоящее время на казахстанском туристском рынке можно выделить следующие направления автоматизации типовой турфирмы.

1. Применение стандартного программного обеспечения, например, использование программ Word, Excel, PowerPoint, Outlook, готовых баз данных Access, программ-переводчиков, бухгалтерских, финансовых, систем управления документами, знаниями.

2. Использование глобальных компьютерных систем бронирования: «AMADEUS», «GALILEO», «SABRE» и др.

3. Сопряжение типовых информационных технологий управления с системами бронирования.

4. Участие в электронной торговле или электронном бизнесе.

Разнообразные информационные технологии управления, используемые в туризме (программные комплексы, сопряженные с глобальными компьютерными системами бронирования и локальными программами типа бухгалтерских или программ рассылки факсов), позволяют все бизнес-процессы превратить в электронные, для реализации безбумажных технологий, технологий обмена информацией по электронной почте и возможностей Интернета.

Сфера туризма сегодня - одна из наиболее перспективных и прибыльных, которая постоянно развивается, несмотря на различные препятствия политического, экономического и социального характера. Туристский бизнес во многих случаях является инициатором и экспериментатором в освоении и внедрении современных передовых технологий, непрерывно изменяет формы и способы предложения и предоставления услуг, открывает и осваивает новые возможности.

Работники туризма имеют дело с многообразием форм и методов организации отдыха, путешествий, культурного досуга. Развитие туристского бизнеса возможно только на основе внедрения новых идей, совершенствования процессов производства товаров и услуг, расширения их ассортимента.

В области туризма происходят кардинальные изменения. Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность информационным системам туристских агентств. Применение информационных систем в области туризма приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

Список использованных источников

1. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: strategy2050.kz

2. Ефимова О.К. Понятие об информационных технологиях. - М.: АСТ, 2004. – 109 с.

3. Вострокнутов Е.А. Влияние информационных технологий на развитие социально-культурного сервиса.- СПб.: Коммерсант, 2007. – 126 с.

4. Биржаков М.Б. Основные принципы информационной структуры предприятия социально-культурного сервиса. - СПб.: Питер -М, 2005. – 96 с.

5. Тенденции на рынке онлайн-туризма в Казахстане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kapital.kz/details/30984/tendencii-na-rynke-onlajn-turizma-v-kazahstane.html>