

© Кисляков А. Н., 2017
канд. техн. наук, доцент,
Владимирский филиал РАНХиГС
ankislyakov@mail.ru

МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Аннотация: рассмотрена модель информационного взаимодействия для субъектов информационных отношений в сфере туризма, обобщающая процедуры предоставления услуг клиентам, ориентированная на применение современных информационных технологий. Предложено решение по построению регионального сегмента единого информационного пространства в сфере туризма с использованием автоматизированной информационной системы туристского информационного центра, формирующей индивидуальный туристический продукт с использованием облачных сервисов системы обмена туристской информацией.

Abstract: Model of information interaction of subjects of information relations in the sphere of tourism, summarizing procedures for providing services to customers, focused on the application of modern information technologies are considered. The proposed solution is to build a regional segment of the unified information space in the sphere of tourism with the use of the automated information system of tourist information centre, forming individual tourism product using the cloud services system for the exchange of tourist information.

Ключевые слова: туристский информационный центр, информационное взаимодействие, информационное пространство, облачные сервисы.

Keywords: tourist information centre, communication, information space, cloud services.

Развитие массовых современных средств информатизации и их активное внедрение в сферу туристского бизнеса имеет решающее значение для эффективной и конкурентоспособной туристской деятельности. Важную роль играют современные средства информатизации в процессе создания информационных туристических порталов в сети «Интернет», развитии сети туристских информационных центров (ТИЦ) на основных туристических маршрутах и так далее [1, 4].

Культура сервиса в индустрии туризма на сегодняшний день определяется не только качеством обслуживания с точки зрения поведения персонала, но и уровнем технологической организации и сопровождения процесса обслуживания в целом [2]. Особенно это актуально для информационно-коммуникационных услуг, использующих веб-технологии с применением распределенной обработки данных. В данном случае наиболее востребованным остается вопрос эффективного информационного взаимодействия участников туристского рынка через систему обмена туристской информацией (СОТИ) [4].

В работе рассматриваются вопросы организации информационного взаимодействия через ТИЦ с использованием сервисов СОТИ в целях повышения эффективности предоставления туристических услуг в регионе. Региональный сегмент виртуальной среды управления туристско-рекреационными ресурсами основан на концепции создания единого делового пространства. Создание виртуальной туристической бизнес-среды должно решить ряд задач управления и организации процесса оказания услуг в индустрии туризма с использованием современных

технологий [3]. Обобщенная модель информационного взаимодействия в сфере туризма представлена в виде схемы (рисунок 1).

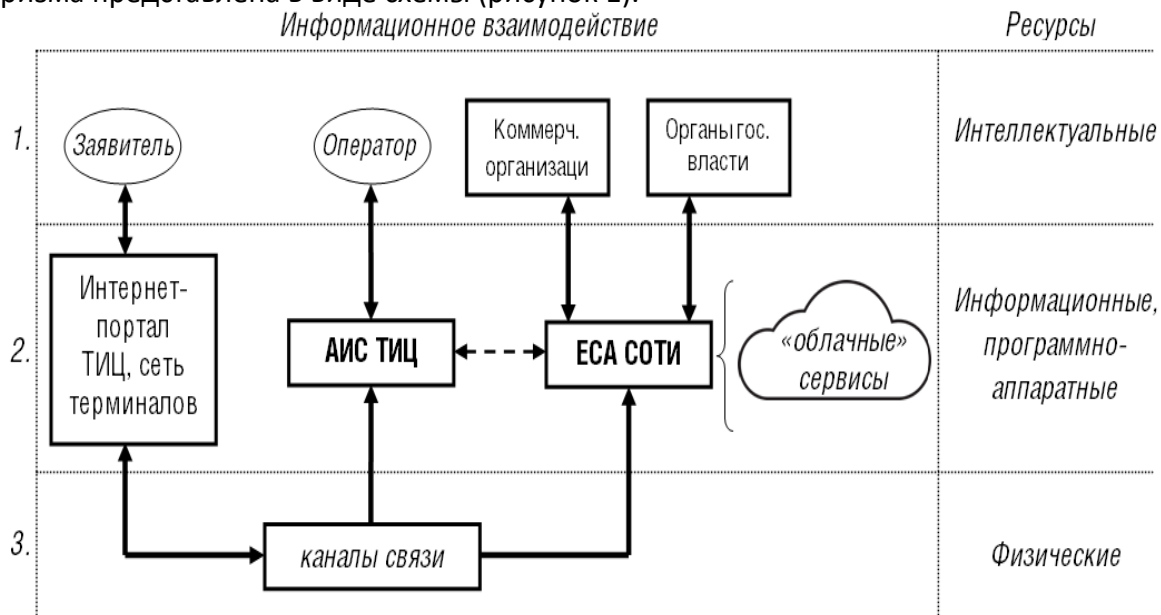


Рис. 1. Модель информационного взаимодействия в сфере туризма

В основе процесса предоставления информационно-коммуникационных услуг лежит модель сервисной деятельности, которая характеризуется следующими положениями.

1. Информационное взаимодействие имеет форму общения между участниками информационного обмена.

2. Один из субъектов информационных отношений, который является заявителем (клиентом), вступает во взаимодействие в целях получения услуги с другими субъектами – коммерческими организациями опосредованно через оператора ТИЦ.

3. Услуга может быть описана как информационный процесс (бизнес-процесс), который не имеет материальной природы, но приносит заявителю пользу в результате реализации.

4. Реализация услуги требует определенных интеллектуальных, информационных, программно-аппаратных и физических ресурсов.

На первом уровне осуществляется смысловое взаимодействие участников бизнес-процесса: формируются коммерческие предложения, создаются описания продуктов и услуг. Основные ресурсы данного уровня – интеллектуальные, т.е. специалисты ТИЦ, сотрудники коммерческих организаций и органов государственной власти.

На втором уровне выбираются технологии обмена данными, которые со стороны заявителя реализуются с помощью веб-портала и сети терминальных устройств, в том числе мобильных телефонов, планшетов и т.д. На стороне оператора технологии обмена данными реализованы посредством автоматизированной информационной системы ТИЦ, с помощью которой осуществляется взаимодействие заявителей и регионального сегмента туристической среды с использованием инструментов СОТИ, а также самого набора «облачных» сервисов СОТИ [4]. Основой построения «облака» являются центры обработки данных, аккумулирующие информационные ресурсы, на базе которых осуществляется обслуживание заявителей.

Автоматизированная информационная система (АИС) ТИЦ необходима для сопровождения бизнес-процесса, автоматизированной обработки заявок при

форматировании коммерческих предложений по реализации определенного набора туристических продуктов и является технологическим ядром региональной системы формирования индивидуального туристического продукта для каждого заявителя (группы заявителей).

Также особое место на данном этапе занимает система обмена туристской информацией, которая представляет собой набор сервисов для индустрии туризма, осуществляющий эффективное взаимодействие участников туристского рынка.

Третий уровень образован физической средой взаимодействия, которая включает телекоммуникационные средства связи и характеризуется количественной мерой необходимых для этого процесса физических ресурсов: аппаратных, временных, энергетических. Объемы этих ресурсов зависят от сложности информационного процесса и набора используемых информационных технологий [1].



Рис. 2. Электронные ресурсы СОТИ

Очевидно, что для формирования различных наборов туристических продуктов необходимо затратить различное количество ресурсов всех уровней модели. При этом важной составляющей является уровень качества предоставления услуг посредством информационно-коммуникационных технологий [2].

Для клиента качество обслуживания – это некоторые желаемые условия получения услуги, для оператора ТИЦ – это фактически затраченные ресурсы на достижение поставленной задачи.

Задача ТИЦ сводится к обеспечению максимальной экономии физических, интеллектуальных и программно-аппаратных ресурсов P и доступности информационных I ресурсов для эффективного предоставления услуги заявителю:

$$f(P, I) \rightarrow \min;$$

$$0 < g_i(P, I) \leq g_i^*, \quad g_i \in G,$$

где f – функция стоимости предоставления услуги, включающая стоимость затраченных ресурсов; G – вектор показателей качества предоставления услуги; g_i^* – допустимое значение показателя g_i для заданного уровня обслуживания.

Взаимодействие субъектов информационных отношений в сфере туризма на основе предложенной модели, при определенном качестве предоставляемых туристических ресурсов, позволит более эффективно распределять ресурсы для оказания услуг.

Описанная в работе модель конкретизирует известные процедуры предоставления услуг клиентам с использованием современных средств информатизации применительно к индустрии туризма и смежным предприятиям сервиса с учетом критериев оптимальности при выборе предоставления сервисов в условиях ограниченности ресурсов.

Список литературы

1. Жданчиков П. А. Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах // Региональная экономика, теория и практика. – 2015, – № 25. - С. 13-26.
2. Микадзе С. Ю., Колбанев М. О., Татарникова Т. М. Модель информационного взаимодействия для предприятий сервиса // Известия вузов. Приборостроение. – 2014. – № 9. - Т. 57. - С. 10-14.
3. Ковалева Е. Н. Исследование состояния информационной туристской инфраструктуры в Российской Федерации // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2014. – № 8 (40). – С. 106-119.
4. Кисляков А. Н. Совершенствование информационно-коммуникационной инфраструктуры туристских информационных центров Владимирской области / Стратегическое управление: теория, практика и проблемы: материалы XIV региональной научно-практической конференции 16 декабря 2016 года. Т. 1 / отв. ред. Ю. Н. Лапыгин, А. И. Новиков. – Владимир : Владимирский филиал РАНХиГС, 2016. – 311 с. – С. 252-256.