

## ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Яркин Артем Сергеевич*

аспирант

*Попов Федор Алексеевич*

д-р техн. наук, профессор, заместитель директора по ИТ

Бийский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский  
государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

г. Бийск, Алтайский край

### ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

*Аннотация:* в работе приведен анализ состояния информационных систем в туристическом бизнесе. В статье рассмотрены основные положения создания информационной системы поддержки туристического бизнеса.

*Ключевые слова:* анализ, информация, данные, информационные технологии, туризм, информационный портал, информационно-аналитическая система.

Развитие информационных технологий оказывает прямое влияние на прогресс в науке и технике. Темпы развития научных отраслей обуславливают внедрение современных технологий во все сферы деятельности человека, в том числе и в индустрию туризма. Проектирование основных принципов анализа и разработка программных систем в сфере туристического бизнеса, поддержание актуальной информации о наличии и доступности тех или иных продуктов туризма, на фоне политико-экономических санкций, становится актуальным для государства [3].

Экономисты признают, что на сегодняшний день туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики, за быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором.

В настоящее время в России туристический бизнес развивается с ориентацией на выезд. Большинство действующих в России туристических фирм предпочитают заниматься отправкой граждан за границу. Таким образом, действующая модель туристического бизнеса обеспечивает мощный канал вывоза капитала из России, создание новых рабочих мест за рубежом [2].

Ключевой движущей информационной силой в туристическом бизнесе является Интернет [1]. Он используется практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристической компании, начиная от поиска и привлечения клиентов в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента и заканчивая формированием турпродукта.

Последние исследования показывают – информации становится настолько много, что ручная обработка и аналитика не позволяют справиться со всеми объемами данных и, что самое главное, сделать своевременные выводы и принять корректные решения, способные оказать влияние на положительное развитие туристического бизнеса.

В Алтайском крае отсутствуют централизованные информационные системы, направленные, в первую очередь, на сбор и анализ информации в сфере туристического бизнеса. Информация о местах отдыха и услугах в огромном количестве представлена в социальных сетях и на отдельных, не связанных между собой, Интернет-ресурсах.

Архитектура современной информационно-аналитической системы включает следующие компоненты:

1. Сбор и первичная обработка данных.
2. Извлечение, преобразование и загрузка данных.
3. Хранение данных.
4. Представление данных.
5. Анализ данных.

Сегодня на рынке информационных технологий представлен широкий спектр инструментальных средств, предназначенных для быстрой реализации

компонентов разных уровней архитектуры информационно-аналитических систем. Использование таких инструментов позволяет не разрабатывать аналитические программы с нуля, а применить современные технологические решения, снабдив необходимыми дополнениями и изменениями, что позволяет существенно сократить время и затраты на их создание [4].

Решение задачи обеспечения пользователей актуальной информацией определяется, в основном, правильным подбором инструментов делового анализа. Но немаловажным является и выбор инструментов поддержки процессов извлечения, преобразования, загрузки и хранения данных.

На рынке отсутствуют производители, предлагающие лучшие решения всех требуемых программных компонентов для построения информационно-аналитических систем. Поэтому совместное использование наиболее подходящих решений от различных производителей и добавление собственных разработок, позволяет повысить функциональную мощность информационно-аналитической системы.

Критериями оценки инструментов могут выступать как их технические и стоимостные характеристики, так и скорость внедрения, а также уместность использования в каждом конкретном случае.

Использование продуктов от разных производителей приводит к значительному усложнению архитектуры системы из-за разнородности инструментальных решений. Это усложнение объясняется необходимостью интегрирования не связанных друг с другом инструментальных решений. Кроме того, администрирование системы оказывается непростой задачей, учитывая несогласованность данных и метаданных, управляемых отдельными, не связанными друг с другом модулями платформ.

Существует два подхода к реализации архитектуры информационно-аналитических систем: основанный на платформенно-базированном решении, представленном одним производителем, и основанный на смешанном решении, представленном несколькими производителями.

При реализации первого подхода, необходимым требованием является наличие всех компонентов системы (сбор, хранение и анализ данных) у одного производителя. На текущий момент, выбор подобных систем ограничивается парой производителей и несет при себе существенные риски, связанные с долгосрочными перспективами развития – отсутствуют гарантии стабильности.

При реализации информационных систем на основе смешанного решения, чаще всего используемого на практике, группа инструментов анализа данных будет независимой от группы инструментов извлечения, преобразования, загрузки и хранения, то есть каждая из этих групп может быть представлена отдельным производителем. Очевидно, что при выборе программных средств для реализации системы в каждом конкретном случае нужно искать некое сбалансированное решение, а при отсутствии готового – разработать свое [5].

Разработка путей совершенствования использования интернет-технологий в сфере туризма представляет несомненный интерес не только для отдельных туристических предприятий, но может в целом повлиять на развитие туристской отрасли в России. Информационные технологии предоставляют огромное количество инструментов создания аналитической системы любой сложности, но без детальной проработки предметной области невозможно добиться положительных результатов. Информационно-аналитическая система, предназначенная для использования в туристическом бизнесе, должна отвечать всем современным требованиям, предъявляемым к подобным системам – простота в использовании, доступность и надежность, и web-ориентированность.

### ***Список литературы***

1. Абалуев Р.Н. Интернет-технологии в образовании: Учебно-методическое пособие // Ч.3. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2006. – 145 с.
2. Голубчиков Ю. Туристическое измерение России / Ю. Голубчиков, Ю. Супруненко // Туризм. – 2007. – №8. – С. 24–25.
3. Зиганшин И.И. Влияние экономических санкций на развитие Российского туризма / И.И. Зиганшин, А.О. Овчаров, М.А. Рысаева // Журнал «Актуальные проблемы экономики и права». – 2015. – №1 (33). – С. 17–25.

4. Мурзин А. Российское культурное пространство в региональном измерении: поиск новой интегративной модели / А. Мурзин // Журнал «Стратегия России», 2009. – №1.

5. Попов Ф.А. Проблемы разработки WEB-ресурсов и пути их разрешения // Изв. АГУ. Сер. Математика. Информатика. Физика. – 2001. – №1 (19). – С. 79–80.