

Особливості використання інформаційних технологій в туристичному бізнесі

О.В. Квятковський

Національний університет харчових технологій

Останнім часом у світовій спільноті відбуваються глобальні зміни, зумовлені проникненням інформаційних технологій в усі сфери життя. Суспільство переходить на новий етап свого розвитку – стає інформаційним суспільством, основними властивостями якого є: створення систем глобальних комунікацій, що забезпечують кожному члену суспільства доступ до інформаційних ресурсів людства за допомогою персональних і мережевих комп'ютерів. Ця тенденція присутня і в туризмі як сфері економіки, діяльності та зайнятості населення. Завдання національних, регіональних та місцевих туристичних компаній в Україні полягає в тому, щоб не відстати від прогресу та перейти до інформаційної ери разом із рештою світу [1].

Для того, щоб успішно впоратися із цим завданням, необхідно добре розуміти роль інформації в туризмі. Інформаційний потік, який виникає в процесі формування й реалізації туру відповідно до інтересів та вимог споживача, є допоміжним. Його мета полягає в забезпеченні ефективного обслуговування потоку туристів у логістичному ланцюжку «споживач – туристична агенція – туристичний оператор – постачальник послуг». Оскільки цей процес, під впливом інформаційних технологій, також зазнає системних змін в сторону глобалізації, виникає об'єктивна необхідність об'єднання всіх туристичних, готельних, ресторанних, транспортних, інформаційних та інших компаній в єдиний інформаційний простір, який зараз уособлює світова інформаційна мережа – Інтернет. Тому, не зважаючи на те, що нині діяльність більшості українських туристичних компаній автоматизована, перед ними виникає проблема логістики інформаційної інфраструктури туризму: як правильно організувати взаємодію внутрішньої інформаційної системи фірми з мережею Інтернет для зв'язку з постачальниками туристичних послуг та їх продажу.

Отже, інформація в логістиці туризму відіграє дуже важливу роль, а логістика неможлива без технологій роботи з цією інформацією, тобто інформаційних технологій. Сьогодні основною технологією обміну інформацією між користувачами всесвітньої мережі є веб-сайт. Шляхом формування веб-сайту в Інтернеті туристичні компанії отримують значні переваги. Перш за все, це розширення цільової аудиторії та географії надання послуг, легкість входження та більший доступ до аудиторії потенційних клієнтів – приватних осіб, корпоративних клієнтів, компаній. Користувачі ж, отримують зручну можливість замовлення туру, авіаквитка, бронювання номера в готелі, оренди автомобіля та інших додаткових послуг на час подорожі та дозвілля. Однак лише найефективніші інформаційні технології можуть забезпечити таку взаємодію між окремими суб'єктами туристичного

ринку, яка дасть шанс виграти у боротьбі з конкурентами за споживача.

Головним завданням веб-сайту туристичної компанії є ефективно задоволення інформаційних запитів потенційних клієнтів, тобто оперативне надання користувачу мережі Інтернет якісної, актуальної та достовірної інформації про туристичні послуги, які фірма може надати. Але як отримати цю інформацію та надати її користувачу в режимі онлайн, якщо туристична компанія по суті, не володіє цими послугами, а тільки продає право на їх отримання у майбутньому? Ефективним рішенням проблеми взаємодії туристичної компанії та постачальника туристичних послуг в режимі реального часу, є використання веб-сервісів.

Веб-сервіс або веб-служба – це мережева технологія, що забезпечує міжпрограмну взаємодію на основі веб-стандартів. Вона виникла як логічне продовження модульного та компонентно-орієнтованого підходів до створення програмних систем. Консорціум W3C визначає веб-сервіс, як «програмну систему, розроблену для підтримки інтегрованої міжмашинної взаємодії через мережу». По суті, веб-сервіс являє собою веб-ресурс, який реалізує певну бізнес-функцію, має чітко визначений інтерфейс і може бути викликаний іншими веб-додатками в мережі Інтернет.

Для опису інтерфейсів веб-сервісів використовується WSDL (Web Services Description Language) – мова опису веб-сервісів і способів доступу до них. Згідно з W3C, «WSDL – це формат XML для опису мережевих сервісів як набору кінцевих операцій, що працюють за допомогою повідомлень, які містять або документно-орієнтовану або процедурно-орієнтовану інформацію». Документ WSDL повністю описує зв'язки веб-сервісу із зовнішнім світом. Він надає інформацію про послуги, які можна отримати, скориставшись методами сервісу, сигнатури цих методів і способи звернення до них.

Для взаємодії з веб-сервісами використовується протокол SOAP (Simple Object Access Protocol) – стандарт, який визначає механізми взаємодії з веб-сервісами за допомогою веб-протоколів. Відповідно до W3C, «SOAP – це легкий протокол для обміну інформацією у децентралізованому, розподіленому середовищі». Дані в рамках SOAP передаються у вигляді XML-документів особливого формату. Оскільки XML-повідомлення являють собою текстові файли, це робить їх незалежними від технологічної платформи або об'єктної моделі та дозволяє передавати по будь-яким протоколам прикладного рівня (HTTP, SMTP, FTP тощо).

Таким чином, використання технології веб-сервісів дозволяє забезпечити взаємодію інформаційних систем туристичної компанії та постачальника туристичних послуг у мережі Інтернет. При цьому, немає прив'язки до певної платформи або мови програмування, оскільки міжпрограмна взаємодія відбувається по прозорим технологічно-незалежним інтерфейсам. Це дозволяє швидко надавати клієнтам інформацію про туристичні послуги в будь-який час і в будь-якому місці за допомогою веб-сайту або будь-якого іншого додатку.

Література

1. *Смирнов І. Г.* Логістика туризму: Навч. посіб. / І. Г. Смирнов – К.: Знання, 2009. – 444 с.