

ИНТЕРНЕТ В ТУРИЗМЕ

**К. Кирюханцев студент 2 курса, Е.А. Шанц к.п.н., доцент
ГОУ ВПО «Шадринский государственный педагогический институт»
sokrovische@glstar.ru**

В современных условиях одним из самых эффективных средств коммуникации и рекламы в туриндустрии становится сеть Интернет. Для фирм, которые занимаются туристическим бизнесом, Интернет является идеальным средством для рекламы. Сеть дает возможность с минимальными расходами проинформировать многомиллионную целевую аудиторию об услугах фирмы.

Интернет (англ. Internet) — глобальная компьютерная сеть, дающая доступ к емким специализированным информационным серверам и обеспечивающая электронную почту (Морозов М.А.).

Использование Интернета в туриндустрии включает в себя множество направлений:

- получение доступа к использованию современных систем коммуникации, в том числе электронной почты, цифровой телефонной связи и т.д.; что существенно снижает затраты туристских предприятий на ведении переговоров, деловой переписки, direct mail и пр.;
- получение различных справочных данных, в частности по странам, тарифам, ценам, прогноз погоды в различных точках мира и т.д. в режиме реального времени, что способствует формированию качественного турпродукта;
- получение доступа к глобальным системам бронирования и резервирования;

Несмотря на то, что многие туристические агентства все еще скептически относятся к Интернет, плюсы от использования всемирной компьютерной сети становятся всё более очевидными. Те российские туристические агентства, которые подключились к Интернет, уже оценили ее информационные возможности, поскольку Интернет предлагает огромное количество необходимой в работе туристических агентств информации – от адресов гостиниц и расписаний авиарейсов до визовых и таможенных правил и предложений российских и зарубежных туроператоров. Причем любой по объему – от прайс-листов до целых каталогов. Важно, что информация в Интернет доступна пользователям – агентствам или клиентам 24 часа в сутки и 7 дней в неделю.

Использование ресурсов глобальной компьютерной сети и инновационных технологий приближает клиента к поставщику, что повышает эффективность деятельности организации сферы сервиса и туризма и её конкурентоспособность.

Вопросы об использовании возможностей Интернета в деятельности предприятий сферы туризма освещены в ряде трудов ученых-теоретиков и практиков. Среди них —Е. Ромат, А. Дурович, Г. Багиев, А. Виноградов и другие.

Глобальные сети стали частью жизни миллионов людей, получивших свободный, интуитивно понятный, а главное самостоятельный доступ к океану знаний, накопленных во всём мире, получивших возможность общаться с людьми, живущими в разных странах на разных континентах. Интернет стал одним из самых значительных инновационных достижений конца нынешнего века. Как ничто другое он революционизировал компьютер и глобальные коммуникации, стал уникальным механизмом распространения информации, объединения людей, их диалога посредством компьютеров вне зависимости от географического положения, временных, государственных, и многих других границ. В настоящее время продвижение товаров и услуг в сети Интернет для многих видов бизнеса превратилось из экспериментов в необходимость.

Актуальность поставленного вопроса заключается в том, что в настоящее время Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Люди благодаря Интернет общаются с друзьями, делают покупки, и, конечно же, заказывают билеты и покупают тур путевки. Следовательно, необходимость интернета в наше время увеличивается с огромной скоростью. В связи с этим появляется задание выявления перспективных направлений исполь-

зования глобальной сети Интернет в практической деятельности предприятий индустрии туризма.

Таким образом, сеть Интернет позволяет туристическим фирмам приобщиться к современным технологиям, открывает новые формы работы с клиентами, обеспечивает возможность постоянного взаимодействия с партнерами, а также доступ к разным информационным источникам.

Литература

1. Биржаков, М. Б., Биржаков К.М., Ушаков М. В. WWW-World Wide Web-Интернет в туризме // Туристские фирмы.-Вып.13.
2. Биржаков, М.Б. Введение в туризм: Учебник.- Издание 8-е,переработанное и дополнительное / М.Б. Биржаков. – СПб.: «Изд. дом Герда», 2006.
3. Гуляев, В.Г.Новые информационные технологии в туризме / В.Г. Гуляев. – М., 1998.
4. Морозов, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник для студ.высш.учеб.заведений / М.А. Морозов, Н.С. Морозова.-7-е изд.,стер.– М. : Изд. центр «Академия»,2009.
5. Родигин, Л.А.: Интернет - технологии в туризме / Л.А. Родигин. – 2006.