

УДК 338.2

***АРХИТЕКТУРНЫЕ РЕШЕНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ
ПРЕДПРИЯТИИ***

Воробьев И.Д.,

магистрант, 2 курс, экономический факультет

Кубанский государственный университет

Краснодар, Россия

Аннотация:

Рассматриваемые возможности улучшения информационной логистики предоставления туристических услуг. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью изменения подхода к управлению процессами организациями, занимающимися туристической деятельностью. В статье подчеркивается важность выбора бизнес-модели при внедрении процессного подхода. Для достижения целей оптимального развития туристической отрасли следует не ограничиваться только применением современных технологий, но и использовать методы моделирования для создания теоретических моделей развития организаций, что не представляется возможным без применения метода научного познания в данной сфере. Для достижения поставленных целей исследованы возможные улучшения ИТ-архитектуры симитированы SI «интеллект роя».

Ключевые слова: информационная система планирования, мультиагентный подход, информационная логистика, информационные технологии, электронный бизнес, туризм, архитектура предприятия.

***ARCHITECTURAL SOLUTIONS AT THE
TOURIST ENTERPRISE***

Vorobiev I.D.,

Magistrant, 2-nd year, faculty of economics

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Kuban State University

Krasnodar, Russia

Annotaion:

The possibilities of possible improvements for information logistic service in tourism industry. Considered tools to improve the management of processes. The recommendations for improving IT architecture are formulated and were made theoretical models.

Keywords: planning information system, multi-approach approach, information technologies, e-business, tourism, enterprise architecture.

Под архитектурными решениями подразумевается оптимальная система функционирования фирмы, элементы которой взаимодействуют друг с другом. Оптимальный выбор информационной системы предприятия обуславливается не только требованиями, формируемых внутренним устройством, возможностями, производственной, хозяйственной и финансовой инфраструктурой организации, но и вызовами современного рынка, законодательства, правового и финансового регулирования. В дальнейшем необходимо также учитывать набор партнеров и контролирующих органов используемых при создании стратегических карт для развития самого предприятия и информационных технологий [4].

Актуальность исследования обусловлена слабостью развития инфраструктуры туризма, что снижает качество предоставляемых услуг, тем самым, негативно отражаясь в сфере услуг туризма Российской Федерации.

Таким образом целью данного исследования является улучшение информационной логистики на туристическом предприятии. Для достижения поставленной цели построим референтную модель.

В начале данного исследования мы считаем необходимым описать и создать референтную модель процессов туристической сферы. Данная модель

позволит представить реальные возможности развития организаций. Поскольку не только уровень интеграции информационных технологий и бизнес-процессов увеличивается, что в свою очередь приводит к росту количества взаимодействий процессов между собой и численности участников. Таким образом возникает необходимость в оптимизации взаимодействия процессов в туристических компаниях [5].

Считаем необходимым представить основные процессы туристической деятельности, для достижения поставленной цели опишем общий сценарий процессов в виде последовательности отдельных шагов, показанных на рисунке 1.

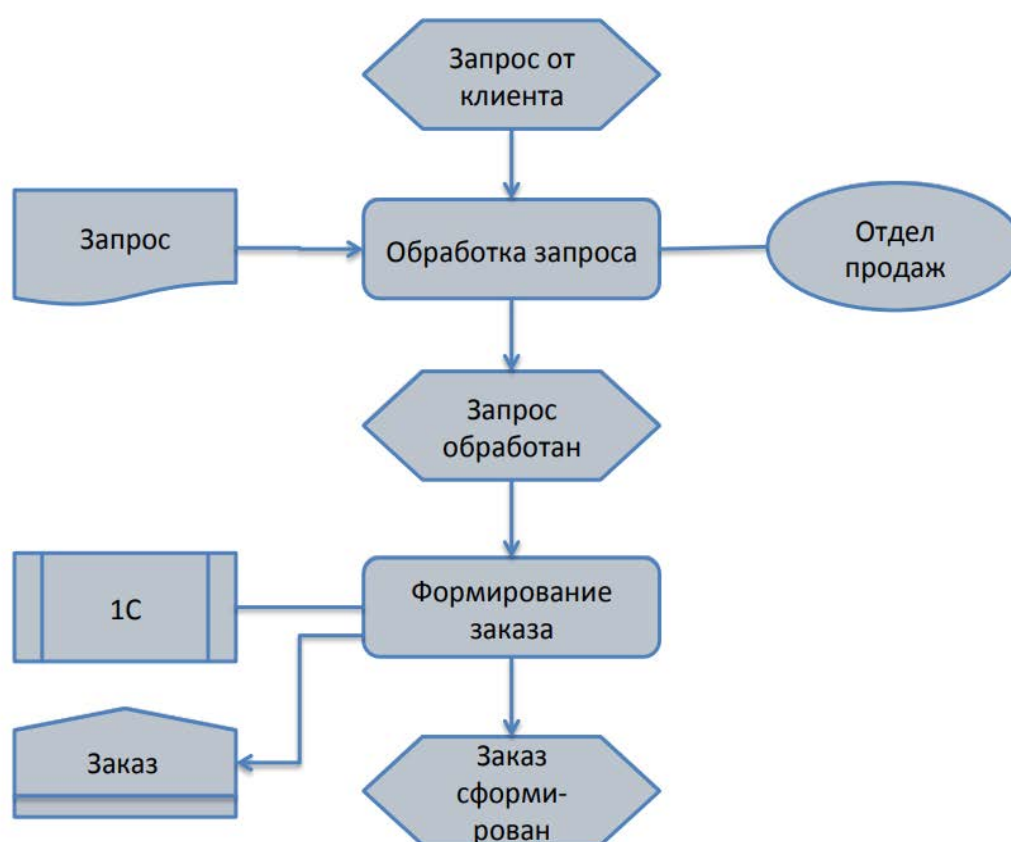


Рис. 1 – Процесс покупки тура [4]

На данном рисунке представлена связь между всеми объектами в обязательном порядке, «создает» (документ), «распределяет» (задание между

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

сотрудниками), «использует» (информационную систему 1С), «выполняет» (функцию выполняет менеджер), «принимает решение», «обеспечивает», «является владельцем», а также другие, уходящие в иной контекст процессов.

Необходимо отметить доступность моделей описания процессов, так выпускается многочисленный ряд корпоративных и индустриальных референтных моделей, которые представляют собой готовые шаблоны стандартных процессов индустрий, подготовленных для дальнейшей модификации и адаптации к условиям конкретной компании [3].

Наибольший интерес представляет модель, разработанная в рамках инициативы международной телекоммуникационной индустрии eТОМ, описывающая как техническую, технологическую и организационную, так и составляющие основу деятельности любого оператора связи поставщика телекоммуникационных услуг. Данную модель описания процессов можно адаптировать для применения в туристической сфере, поскольку туроператор и турагентство выступают аналогично в роли поставщика и оператора услуг.

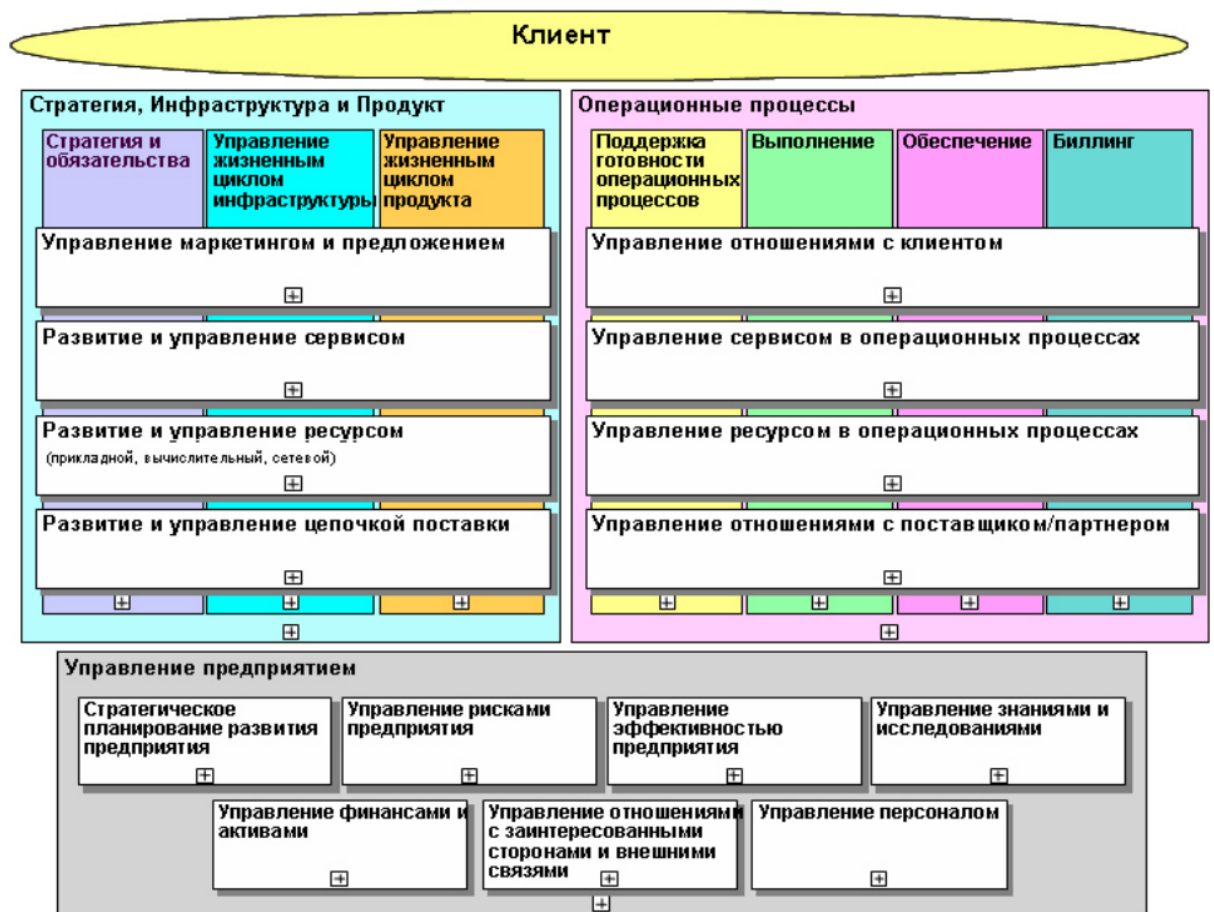


Рис. 2–Модель телекоммуникационной индустрии eTOM [2]

Поскольку с каждым годом в туристической отрасли происходит рост потребности клиентов как в скорости, так и в объёмах информации о турах и услугах, возникает необходимость постоянно совершенствовать бизнес-процессы. Особенностью данной модели является группировка операций компании модулями, что позволяет нам в дальнейшем воспользоваться программным продуктом BPwin и построить модель AS-IS (как есть) бизнес-процессов каждого отдельного блока согласно методикам описания IDEF0 (Integration Definition for Function Modeling), что в свою очередь предоставит возможность сформировать референтную модель туристической организации TO-BE (как будет) по методологии IDEF0. Необходимо отметить, что для формирования модели TO-BE (как будет) необходима разработка стратегических карт предприятия [2].

Далее мы создадим на основе модель операций туристической индустрии взяв за основу модель eTOM (enhanced Telecom Operations Map) и изобразим её на рисунке 3.



Рис. 3 – Модель туристической индустрии eTOM (составлено автором)

Таким образом модель eTOM позволяет интегрировать процессы предоставления услуг в отрасли телекоммуникаций, и на ее основе может быть разработана модель деятельности туристического оператора и туристического агентства для точного и наглядного представления процессов организации.

Кроме вышесказанного мы считаем целесообразным рассмотреть применение перспективной технологии SI «Интеллект роя» для использования в процессах туристических компаний. Данная технология позволит привлечь большее количество клиентов и увеличить продажи туров. Под технологией роевого интеллекта понимается описание поведения децентрализованных

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

процессов, которые самостоятельно, без внешнего и внутреннего управления формируют организованную систему. Для нас данная система представляет особый интерес, поскольку она является многоагентной и самообучающейся. При помощи данной технологии, мы полагаем, станет возможным оптимально управлять онлайн продажами туров и создать систему, которая позволит на основе моделей социального поведения и интересов в определённое время года самостоятельно формировать рекомендуемые туры [1].

Данная система состоит из независимых агентов, которыми могут быть робот-ассистент сайта туристических услуг, клиенты, люди и работники компании. Хорошим примером является туристический сайт, использующий децентрализованную систему социальных сетей, для предложения идеального тура каждому агенту. Таким образом каждый заходящий на страницу компании становится агентом, который обладает ограниченными знаниями и впечатлениями, а дополняет их в результате общения с другими участниками. Такой обмен знаний уже обладает свойствами роевого интеллекта, имея самоорганизацию и мультиагентное самообучение.

Учитывая вышесказанное для лучшего понимания и представления применения данной системы в туристической сфере в контексте применимости архитектуры изобразим роевую модель в виде схемы «Запрос-Ответ-Соглашение» в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Роевая модель поиска оптимального тура (составлено автором)

этапы	запросы	действия
новый агент	Кто сможет мне помочь выбрать тур?	Запрос
активный агент	Могу вам помочь организовать тур, за определённую цену	Ответ
Оба агента	Поиск оптимального тура и цены	Соглашение

Таким образом мы можем изобразить схематично процессную модель SI, иллюстрированную на рисунке 4.

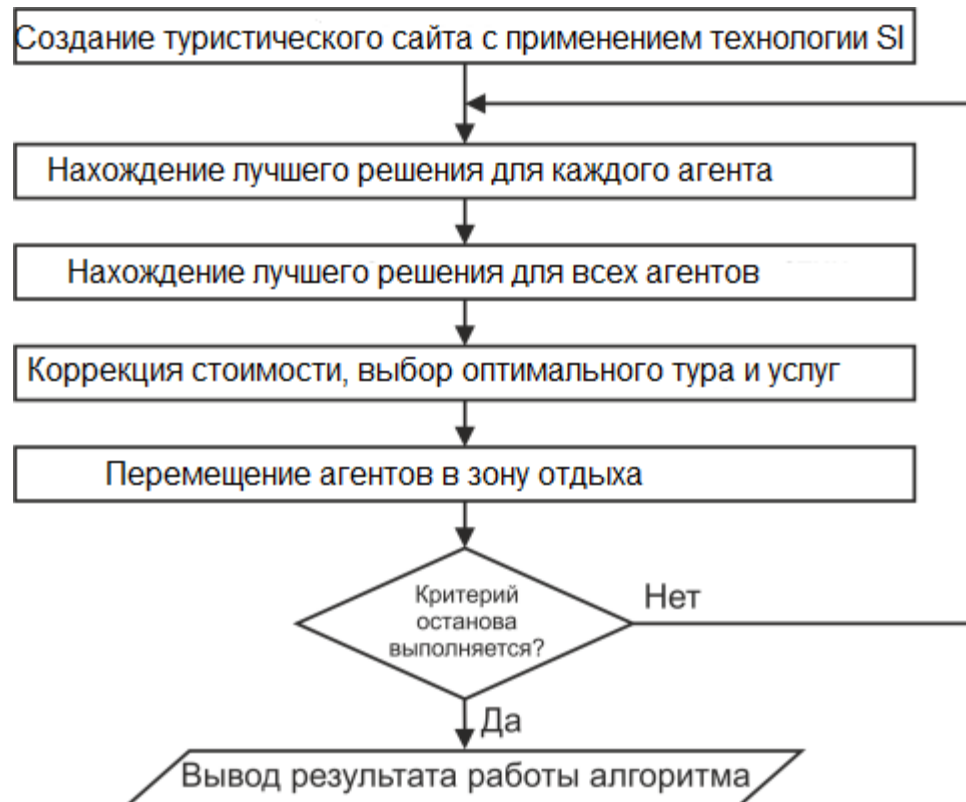


Рис. 4 – Процессная модель применения технологии роя в туристической сфере (Составлено автором)

На основании вышесказанного мы можем сделать выводы об достаточной эффективности практического применения данного метода, поскольку для решения сложных задач с большим количеством агентов он не имеет альтернатив. Например, работы по выбору уникального тура распределяются на всех агентов, как клиентов, заказчиков, так и работников организации. Так Система моделирования Swarm System, предложенная Дориго, может быть эффективно применима для оптимизации любой деятельности в сфере туризма. Имитацию данной схемы мы отобразили графически. Так в ней могут видоизменяться способы распространения туров со всеми преимуществами многоагентной системы. Данные преимущества повышают надёжность исполнения тура, увеличивают гибкость выбора, увеличивают многозадачность с масштабируемостью, приводя к результату чем больше агентов, тем эффективнее система. Кроме вышеназванных

преимуществ туристические компании получают самоорганизацию и мультизадачность. В итоге данные преимущества позволяют клиенту получить идеальный тур.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Авласко З.А. Выбор бизнес-модели как платформы успешного внедрения процессного подхода / З.А. Авласко // Вестник Том. гос. ун-та. – 2015. – №399. [Электронный ресурс]. Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-biznes-modeli-kak-platformy-uspeshnogo-vnedreniya-protsessnogo-podhoda> (Дата обращения 10.06.2019)

2 Водолазский И. А. Роевой интеллект и его наиболее распространённые методы реализации / И. А. Водолазский // Молодой ученый. – 2017. - №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://moluch.ru/archive/138/38900> (дата обращение 10.06.2019)

3 Гришин И.Ю Оптимизация туристской деятельности за счёт создания единого информационного пространства [Текст] / Гришин И.Ю. // Экономические науки. – 2014. – С.98.

4 Гуреева Д. Д. Внедрение CRM и оптимизация бизнес-процессов как фактор повышения эффективности и мобильности компании / Д. Д. Гуреева // Туризм: технологии и тренды : материалы II студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 20 февраля 2016 г. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. — С. 165-176. [Электронный ресурс].– Режим доступа – URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/53620/1/ttt_2016_021.pdf (дата обращение 10.06.2019)

5 Лавренюк А.А. Новая парадигма оптимизации бизнес-процессов ТМС для сокращения расходов и повышения производительности / А.А. Лавренюк // Уитнесс Медиа – 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://novainfo.ru/article/8525> (дата обращение 10.06.2019)

Оригинальность 95%