

В определенном смысле имитационные игры – одно из средств гуманистической психологии, которая может быть определена, как попытка открыть человека и его ситуацию ему самому, чтобы он в полной мере осознавал всеми средствами, какие силы влияют на его опыт и, следовательно, на его действия.

Практика современного образования располагает системой активных методов обучения (деловые, имитационные и ролевые игры; организационно – деятельные игры (ОДИ); занятия – дискуссии, направляемые и свободные; занятие – беседа; занятия – тренинги; занятие – семинары; моделирование ситуации; проведение «аукционов идей») эффективность этих методов обучения можно проверить экспериментом, а наличие изменений – тестированием.

Белорусские педагоги-новаторы ведущих вузов республики активно используют в учебном процессе интерактивные методы и высоко оценивают их эффективность в усвоении учебного материала студентами, если при лекционной подаче материала усваивается не более 20% информации, то при проведении деловых игр – до 90%. И несомненно использование деловых игр позволяет уменьшить на 30-35% время, необходимое для изучения данной дисциплины. Интерактивные методы обучения приносят удовольствие от процесса познания, доказывая, что образование – не всегда нудное занятие. Более того, это путь к смыслу проблемы.

## **ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС**

*Е.А. Бортник*

*Белорусский государственный экономический  
университет*

В настоящее время в мире происходит глобальная информационная революция. Формируются экономики, основанные на движении не товаров, ресурсов и материалов, а идей и знаний. Без радикального изменения отношения общества и государства к этим процессам, без глубокого понимания сути проблемы нас ожидают весьма печальные перспективы: государство выпадет из глобального процесса развития новой цивилизации.

Республика Беларусь, сохранившая высокий интеллектуальный потенциал и научно-производственную базу, имеет все шансы в XXI веке занять свое место на мировом рынке современных интеллектуальных технологий.

Информационные технологии, в частности Интернет все активнее используется при распределении туристского продукта, который обладает преимуществом не только перед традиционными, но и классическими электронными каналами сбыта.

Крупнейшие туристские компании имеют собственные странички (web-сайты) доступ к которым круглосуточный в любой точке земного шара, что позволяет потенциальным клиентам получать информацию в любое удобное для них время.

Рекламные материалы снабжены яркими фотографиями, графикой, сопровождаются звуковыми эффектами, мультипликацией и даже видео. Мультимедийные брошюры обновляются быстро, легко, с необходимой чистотой и очень удобны для рекламы «горящих» предложений.

Интернет обеспечивает индивидуальный подход к каждому клиенту. В нем легко и экономно размещается информация, отвечающая самым разным требованиям. При соединении страниц гиперссылками создается всеобъемлющая мультимедийная брошюра, рассчитанная на индивидуальное пользование потенциальных туристов во всем мире. С ее помощью клиенты ведут поиск туристских продуктов в соответствии со своими вкусами и запросами. В отличие от обычных средств массовой информации, в которых один посыл дается в расчете на многих клиентов, в Интернете, напротив, на каждого пользователя нацелено множество разных посылов, что позволяет быстро получать нужную информацию.

Режим доступа к сайтам компаний и работы в них носит интерактивный характер. Двухсторонний обмен информацией в диалоговой форме усиливает индивидуальный подход к клиенту. Потенциальный турист связывается с фирмами, чтобы получить информацию о туристском продукте, задать вопросы, договориться о ценах, в свою очередь, компании также легко выходят на потребителей, чтобы выяснить их запросы или оповестить о новых продуктах. Чтобы клиент не запутался в базах данных, его снабжают инструментом поиска интересующей информации, включают логические ссылки на материал дальнейшего просмотра.

Авиакомпании, отели, тематические парки и другие предприятия туристской индустрии используют Интернет по каналам которого с помощью целой серии актов купли-продажи доводят свои услуги до клиентов.

В последнее время наряду с web-сайтами международных корпораций и независимых частных компаний в Интернете появились мегасайты туристской информации, управляемые посредниками. Эти новые образования представляют собой виртуальные магазины, предлагающие широкий спектр туристских продуктов и снабженные стандартным механизмом поиска информации и заказа продукта. По электронному каталогу потребитель выбирает нужные товары (услуги), оформляет необходимые документы для покупки и производит оплату.

Преимущество мегасайтов состоит в объеме полезных сведений, которые они могут представить пользователю. В дополнение к коммерческой информации они включают общие советы путешественникам, путеводители по туристским центрам с описанием достопримечательностей, сводки погоды, курсы обмена валют, план-карты и т.д. Пользователь сети найдет здесь самый широкий перечень услуг и будет избавлен от необходимости дальнейшего поиска.

На долю мегасайтов приходится основная часть продаж туристских услуг в режиме реального времени. Через мегасайты ежедневно заключается сделок на сумму 1-2 млн. ам.долл. в неделю.

Присутствие белорусских туристских компаний в сети очень ограничено. Это связано с огромным количеством проблем Интернета и информационных технологий в Беларуси. Проблема состоит в формировании инфраструктуры электронного бизнеса в государственном масштабе: системы сбора информации, платежей, безопасности, доставки, развития законодательства. И тем не менее в республике формируется потенциал для перехода к новой «цифровой» экономике.

Сегодня услугами Интернет пользуются свыше 100 тыс. пользователей, создано около 100 виртуальных магазинов, свыше 700 предприятий имеют собственные сайты, реализуется система информационной поддержки предпринимательства на базе Интернета и отечественной технологии телеинтернета, принят «Закон об электронном документе». Министерство связи продолжает политику по удешевлению технологии доступа в Интернет для предприятий (фирм) и увеличению пропускной способности каналов связи. В 2000 году был создан Межгосударственный центр электронной торговли корпоративного информационного портала (МЦЭТ, [www.etp.2000.com](http://www.etp.2000.com)). Портал создан при содействии Белгосуниверситета, компании «БелХард» и «Деловой сети». Он объединяет свыше 700 информационных серверов предприятий и организаций Беларуси.

Создание и развитие специализированных серверов, которые смогли бы объединить различные туристские ресурсы, требуют колоссальных вложений в коммуникации, оборудование, маркетинг и рекламу. Содержать специальный туристский сервер под силу только крупным Западным фирмам, у нас в республике все известные компании на рынке туристических услуг ограничены в финансовых возможностях и существуют в значительной степени за счет сдачи своего рекламного пространства небольшим туристским фирмам.

Крупные туристские компании открывают собственные электронные странички. Это позволяет не только эффективно и многогранно представить предлагаемые ими продукты пользователям Интернет, но и обеспечить бронирование в режиме реального времени. Создание «он-лайн» систем резервирования главная задача каждого продавца туристских услуг во Всемирной информационной паутине. На белорусском рынке подобные системы имеют лишь несколько компаний («Sunny Travel», «Sakub Holiday», «Galar Экспо», «Smok Travel», «Merlintour», «Алатан-тур», «Матэп-90», «Туссон вояж», «ЭкологияТур», «Турлюкс», «ЭкстраТУР», «Топ-Тур», «Внешинтурист», «магазин Горящих путевок» «газеты Туризм и отдых, Путешественник»), и некоторые посреднические фирмы заняты их разработкой.

По мнению специалистов необходимо объединить усилия туристических фирм и предприятий оказывающих туристские услуги для создания одного туроператорского сервера, с хорошо известным среди пользователей сети адресом, для которого уже имеются коммуникации, оборудование и программное обеспечение системы резервирования. Это позволит привлечь к работе в Интернет различные агентские сети, резко увеличить объем продаж для совладельцев сервера, обеспечит дальнейшее наращивание технологий резервирования туристических продуктов и даст возможность международного электронного обмена информацией.