

Подготовила
Наталья Меньщикова

Будущее туризма уже наступило

PAC GROUP – об эволюции IT в турбизнесе



Туризм в России – отрасль молодая. Но прошла уже такой путь, что захватывает дух. Сравните, например, технологии туроператорского бизнеса из 90-х годов с новейшими инструментами наших дней. Рассказывает гендиректор PAC GROUP Илья Иткин, который не только наблюдал эту эволюцию, но периодически корректирует её направление и жмёт на акселератор.

От телекса – к Интернету

Мы пришли в туристический бизнес в 1990 году, начинали с приёма иностранцев в России. Помните атмосферу тех лет? Перестройка, гласность… Европейцы хотели увидеть бывшую «империю зла», сбросившую железный занавес. Заявки на обслуживание клиентов мы принимали по телексу. Это огромное устройство имелось только на Центральном телеграфе, куда мы ходили каждый раз, когда надо было получить информацию от иностранных партнёров и отправить ответ.

Году в 1993-м, когда мы уже отправляли россиян за границу, появились факсы. Их можно было устанавливать в офи-

сах, из них на глазах появлялись заявки от турагентств! Это был верх технологического совершенства. Но продажи росли, и во второй половине 90-х стало понятно, что вы претендуете на серьёзные объёмы, вам нужна база данных для внутреннего учёта турпродукта. Технологические решения были предложены компаниями «Мегатек» и «САМО-Софт», туроператоры ещё и не помышляли о том, чтобы самостоятельно вложиться в IT.

Эти разработчики стали драйверами прогресса, но у них забуксовала поддержка пользователей. Скорость реакции на запросы не удовлетворяла туроператоров, и многие взялись сами модернизировать ПО. В 2009 году PAC GROUP перешёл на самообслуживание – ядро «Мастер-Тур» осталось, но оболочки к нему стали создавать наши программисты. Одна из причин была в том, что на рынке приобрела актуальность тема онлайна.

Онлайн – реальный и мнимый

Чтобы наращивать объёмы и быть удобным поставщиком для турагентств, требовалось обеспечить им возможность бронировать туры в реальном времени, а не по запросу. Появились готовые разработки, которые подходили туроператорам пляжных направлений. В отличие от них PAC GROUP продвигал и более сложный продукт: экскурсионный туризм, горные лыжи, с 2003 года – круизы. Автоматизация продаж в этих нишах – задача другого уровня, и мы успешно с ней справились.

Помню горячие споры, у кого онлайн настоящий, а у кого мнимый. Действительно, туроператоры хитрили: под видом туров, доступных в режиме реального времени, выставляли в системах продукт, не обеспеченный гарантиями в отелях и предоставлявшийся по запросу. Чаще всего это практиковалось на направлениях, где брать коммитменты сложно или очень рискованно, – то есть как раз в сфере отдыха на море в европейских странах и горных лыж. И вот почему турагентства особенно ценили PAC GROUP: они знали, что продукт, подсвеченный в нашей системе зелёным, точно доступен в онлайне.

Мода на регулярку

Ещё один важнейший тренд в развитии технологий четко проявился лет пять назад, на фоне массовых банкротств туроператоров. Было подорвано клиентское доверие к турам, сформированным на

базе чартерных рейсов. Многие туристы, заплатив за путешествие, хотели сразу получить на руки авиабилет регулярной авиакомпании, подтверждающий их право на перевозку, а не маршрутную квитанцию, которая даже не является документом, как это бывает на чартерах. К тому же в клиентской среде сформировалось мнение, что у регулярных перевозчиков новее парки и летают они более пунктуально. Вот только чартеры были дешевле – и для массового клиента цена являлась решающим фактором.

Но в минувшие три года на зарубежных маршрутах развернулась острейшая конкуренция между брендовыми авиакомпаниями. Теперь их услуги стабильно оказываются дешевле традиционной туристической перевозки, и не только чартерной. Даже когда туроператор берёт блок на регулярном рейсе, то зачастую видит, что места на тех же бортах продаются в розницу по более привлекательным ценам.

Пора признать: на большинстве направлений клиентам сегодня выгоднее брать авиабилеты регулярных перевозчиков, причём в свободной продаже. И надо обеспечить им такую возможность! Вот почему большую актуальность приобретает технология динамического пакетирования, которую мы предлагаем турагентствам на обновлённом сайте www.pac.ru.

Умное динамическое пакетирование

Эта разработка позволяет на лету формировать любой тур – экскурсионный, горнолыжный, круизный, пляжный, образовательный, оздоровительный – на основе регулярной перевозки и гостиничных услуг по самым актуальным на данный момент ценам. В отличие от аналогов наша система динамического пакетирования формирует полноценный турпакет, в который входят не только авиабилеты и проживание, но также групповые трансферы, страховки и любые сопутствующие услуги. За этот продукт PAC GROUP несёт полную ответственность – все туры обеспечены фингарантией компании. При возникновении непредвиденных ситуаций на любом этапе мы готовы за свой счёт решать проблемы клиента. Туры с вылетом из 48 городов России и ближнего зарубежья в любую точку мира можете формировать в системе умного динамического пакетирования на www.pac.ru. Берите на вооружение эту технологию – за ней будущее.