

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ ВИРТУАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

Глазкова Анастасия Игоревна

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

e-mail: glazkova.nastasia1@gmail.com

Научный руководитель: к.э.н., доцент Григорьева Н.С.

Аннотация: В статье раскрывается актуальность создания, разработки и развития информационного пространства в туристической индустрии. Исследуются понятия, основные задачи, в которых ставится изучение возможных путей развития виртуального информационного пространства в туристской сфере. Приводится статистика о использовании виртуального информационного пространства в туризме

Ключевые слова: туризм, виртуальное информационное пространство, цифровизация туризма, развитие туризма

DEVELOPMENT OF VIRTUAL INFORMATION SPACE IN THE TOURISM SECTOR

Glazkova Anastasia Igorevna

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: The article reveals the relevance of the creation, development and development of the information space in the tourism industry. The concepts, the main tasks in which the study of possible ways of developing a virtual information space in the tourism sector are explored. Statistics on the use of a virtual information space in tourism are given.

Keywords: tourism, virtual information space, digitalization of tourism, tourism development

Туризм, как и любая другая сфера развивается и не стоит на месте. Если рассматривать определение то, туризм – очень комплексная индустрия, которая охватывает весь мир и множество участников цепочки создания ценности [1]. Каждому из них приходится принимать большое количество решений, которые непосредственно влияют на качество услуг, рыночное взаимодействие игроков и совместимость сервисов друг с другом [2]. Туристский бизнес тесно связан с оперативной обработкой большого объема

информации и в условиях современного развития общества одним из главного ключа развития стоят данные, которые представляются в цифровом формате. В связи с этим, в мире уделяют много внимания технологиям, на данный момент. Ни для кого не секрет, что ИТ-технологии являются ключом развития не только в туристской сфере [3], но и в многих других которые так же напрямую связаны с данной отраслью.

Рассматривается развитие системы туристических информационных центров как на территории Российской Федерации, так и в мире [4].

Инновационные процессы, которые сейчас происходят в туризме, связаны с возникновением современного информационного общества, которое формирует виртуальную и цифровую реальность [5].

Массовое развития цифровых технологий стало необходимым для использования и участия индивида в социальной и экономической деятельности общества [6]. Информация и трансформация позволяет людям изменять и создавать новые стандарты, которые упрощают жизнь населения в новом качестве жизни и уровня сервиса которая постоянно развивается.

Рассмотреть новые пути развития цифрового пространства в туризме, узнать о новых услугах на рынке туризма и способы передачи и восприятия потребителей тех или иных услуг [7].

Сравнить разные пути развития цифрового пространства и выявить их плюсы и минусы, изучить влияние на виртуальной и дополненной реальности на фоне появления нового туристского продукта [8].

В качестве методики исследования применялся теоретический и сравнительный анализ. Материалы в статье представлены определёнными подтверждёнными и официальными источниками (например, официальный сайт Федерального Агентства по туризму и т.п), которые характеризуют развития туристской сферы во условиях информационного виртуального пространства [9].

В туристской сфере различные бизнес-процессы все больше переходят в «Цифровое пространство». Информационные ресурсы представляют собой

объективную и своевременную информацию [10], необходимую для ведения туристского бизнеса, в том числе информацию о туристском рынке, клиентах, спросе, предложении и т.д. Внедрение новых современных технологий позволяет повышать эффективность и увеличивать спрос на рынке туризма. Наличие полной и достоверной информации является необходимым условием ведения предпринимательской деятельности в туризме [11].

Те предприятия туристической индустрии, которые активно внедряют и используют современные информационные технологии, в свою очередь стимулируют их развитие. Системы информационных технологий затрагивают глобальные системы бронирования, информационные системы менеджмента, различные сети (такие как: цифровые телефонные сети, интегрированные коммуникационные сети), системы мультимедиа, электронная коммерция и так далее.

Повышает скорость работы и решать важные задачи помогает автоматизации и цифровизации и также новые тренды которые позволяют развивать туризм в разных сферах таких как специальные экономические и многие другие.

Сейчас речь пойдёт о путях развития виртуального информационного пространства в туризме.

Рассматривая роль информационных технологий в сфере, следует учесть, что возможные разработки и планы по развитию туризма должны давать ответы на следующие вопросы:

- 1) Как следует оценить состояние туристской сферы и основные проблемы ее развития?
- 2) Как за счет развития информационного пространства в туризме стимулировать социально-экономическое развитие ?
- 3) Обеспечение туриста детальной и актуальной информацией относительно широчайшего спектра услуг по месту пребывания(различные приложения упрощающие нахождение в незнакомом городе).

4) Обеспечить недорогой способ любым организациям распространять информацию через электронные сети.

5) Предложение альтернативной системы маркетинга и рекламы каналов для распространения информации.

На мой взгляд, первый фактор который можно детально рассмотреть: это мобильные приложения, которые набирают огромный спрос. И которые будут доступны любому туристу при наличии мобильного телефона. К примеру, человек приехал в другую страну с целью делового туризма, но осталось свободное время, именно тут на помощь приходят различные мобильные приложения. С помощью таких приложений, помогающих туристу, человек может не только зайти в переводчик и перевести незнакомые слова так как на данный момент технологии ушли намного дальше. Сейчас есть множество различных приложений, которые помогут вам добраться в другую часть города без усилий, даже без специальной подготовки в незнакомом городе можно с легкостью найти главные достопримечательности города поблизости, выбрать место где можно провести вечер.

Именно мобильные технологии могут не только помочь путешественникам, но и работникам в туристской сфере, предоставив им возможность расширить клиентскую базу внедряя новые информационные технологии. Также мобильные технологии начинают играть важную роль в сфере продаж, так как сегодня многие мировые компании выбирают мобильное оповещение клиентов, например, SMS-оповещение клиента о задержке рейса или изменении в расписании. В наше время путешественник сам может купить и оплатить авиабилет в мобильном приложении, отслеживать его статус и так далее. Двигателем развития мобильных технологий являются: рост потребления мобильных сервисов населения, на чем сказывается рост использования данных технологий; прирост мобильной рекламы.

Задерживать развитие мобильных технологий в туризме могут такие факторы, как незнание пользователей, о существовании таких технологий; возрастная категория пользования смартфонами, которые используют телефоны для звонков и SMS, не зная о существовании многих полезных функций, которые могут помочь в путешествиях даже по своей стране.

По статистике было замечено, что на 2021 год по всему миру было загружено более 200 миллиардов приложений, около 25% из них - это приложения связанные с туристской сферой. Большой популярностью скаченных приложений пользуются аудиогиды. Аудиогиды- приложения, которые помогают путешественникам знакомиться с достопримечательностями самостоятельно. Данные приложения намного удобнее по сравнению с их предшественниками- бумажными путеводителями. Можно слушать и рассматривать достопримечательности, к тому же в приложении присутствуют встроенные авторские рассказы на многих языках мира. Наиболее выигрышным фактом аудиогидом является их цена, скачав мобильное приложение вы затратите меньше средств, чем на личного гида.

Благодаря высокой конкуренции на рынке мобильных приложений практически не осталось некачественных приложений, большинство из них имеют приятный интерфейс и разработаны они до мельчайших деталей.

Сейчас предлагаю рассмотреть мобильные приложения для путешествий каких видов они есть и для чего предназначены: переводчики(Google, Yandex, во многих смартфонах они уже встроенные по умолчанию) ;покупка билетов (Aviasales, tutu.ru);бронирование отелей(Booking, Hotellook); поиск попутчиков; аренда автомобилей, велосипедов, самокатов и множество других различных мобильных приложения помогающих не только туристам, но и работникам туристской сферы в целом.

Для тех кто не привык планировать своё путешествие самостоятельно у турфирм также существуют свои приложения, в которых собраны все

вышеперечисленные элементы. У небольшого круга компаний есть такие приложения, но в перспективе у средних и крупных форм будут такие приложения в пользовании.

Ещё одним немаловажным путём развития виртуального информационного пространства, хотелось бы отметить искусственный интеллект. Искусственный интеллект- это новая, уникальная возможность и универсальная платформа, которая обеспечивает индивидуальный подход для каждого клиента туристской сферы.

Среди ключевых сфер применения технологий AI/ML в индустрии туризма можно назвать: ритейл; дистрибуцию; контроль реализации услуг.

Путешествие перестало быть просто перемещением человека из точки А в точку Б. Технологии AI/ML способны учесть все компоненты поездки и адаптировать их под потребности каждого путешественника.

Важным элементом искусственного интеллекта является то, что идёт индивидуальный учёт желаний туриста, это именно то к чему стремятся многие туристические агентства сегодня.

На данный момент современная система искусственно интеллекта избавляют работников в сфере туризма быть готовым на постоянной основе для ответа интересующего клиента, то есть они позволяют действовать быстро, с опорой на средства прогнозирования, которые уже заложены в программе , способные предложить для покупки билетов на самолёт или бронирования отеля лучшее время. С помощью машинного обучения мы можем быстро перестроить маршрут, помочь оперативно перебронировать или сдать билет. Все эти операции мы стараемся сделать максимально эффективными и удобными, чтобы снизить уровень стресса и сделать путешествие комфортным. В технологиях в туризме значительно продвинулся в разработке инструментов на базе искусственного интеллекта и машинного обучения. В партнерстве компания создает первую в отрасли технологию Travel AI, которая позволит предоставлять путешественникам актуальный персонализированный контент и открывать новые возможности

для роста доходов и прибыли. Большие перспективы в этой области и ставит своей стратегической целью создать новый рынок персонализированных путешествий, который принесет ценность всем участникам экосистемы туризма.

Для того, чтобы возможности персонализации стали практически безграничными, необходимо постоянно снабжать систему туристкой отрасли новыми базами данных и информацией, постоянно обучать ее.

Туристские организации производят, в основном, информационные услуги, а вся отрасль является информационно-насыщенной. Поэтому применение виртуального информационного пространства, становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности любого туристского предприятия.

Отмечу, что развитие виртуального информационного пространства в индустрии туризма сможет значительно повысить эффективность развития отрасли и вывести туризм на новый уровень. Для ее развития можно включить : создание нового туристического продукта, например, разработка новых приложений, способных облегчить отдых туриста, созданные новых платформ; создание новых туристских рынков и компаний , позволяющих создавать конкуренцию на международном уровне.

Технология искусственного интеллекта может значительно увеличить доходы туристской индустрии, повысив продажи туристических продуктов.

Однако, несмотря на разнообразие спроса на информационные услуги, для их реализации целесообразно создавать единые интегрированные информационные структуры, в которых одни и те же универсальные средств используются для передачи, обработки и отображения различной информации в интересах различных пользователей.

Библиографический список

1. Григорьева Н.С. Влияние качества образовательных услуг на экономическое развитие региона // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 10-14.

2. Колычева Ж.Я. Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 46-51.
3. Григорьева Н.С. Возможности и перспективы развития сельского туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2020. – № 1 (116). – С. 24-28.
4. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.
5. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Взаимодействие государственных и предпринимательских структур в сфере ЖКХ муниципальных образований // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 2 (93). – С. 37-41.
6. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Стратегические направления инновационного развития регионов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 6 (85). – С. 22-25.
7. Григорьева Н.С. Необходимость и возможности устойчивого развития регионов // ТРУДЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ "ТРАНСПОРТ-2015" / ФГБОУ ВПО «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ». – 2015. – С. 72-73.
8. Григорьева Н.С. Качество образования и корпоративная культура вуза // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. – 2015. – № 1. – С. 42-45.
9. Григорьева Н.С. Стратегическое управление как метод преодоления кризисных явлений высшего профессионального образования // Terra Economicus. – 2013. – Т. 11. – № 1-2. – С. 129-132.
10. Григорьева Н.С. Приоритетные направления повышения социально-экономической эффективности государственного регулирования малого бизнеса // Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России: Сборник докладов международной научно-практической конференции. – 2011. – С. 101-107.
11. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Мультипликативный эффект от предпринимательских воздействий в инфраструктурную сферу региона (на примере Ростовской области) // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – № 2 (69). – С. 28-32.