

УДК 338.48

ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ

Горбушина Мария

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

Email: mari.gorbushina.2002@mail.ru

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

Аннотация: В статье раскрывается актуальность тенденций цифровизации в сфере туризма. Отмечается использование цифровых технологий на туристском рынке. Цифровизация является новой формой коммуникационного взаимодействия между производителями и потребителями туристических услуг, становясь источником конкурентных преимуществ туристских организаций. Также в статье рассматриваются достаточно новые цифровые технологии такие, как блокчейн, голосовые помощники, виртуальная реальность, специальные приложения.

Ключевые слова: цифровизация, тенденции в туризме, блокчейн, голосовые помощники, виртуальная реальность.

TRENDS OF DIGITALIZATION IN TOURISM

Gorbushina Maria

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: The article reveals the relevance of digitalization trends in the tourism sector. The use of digital technologies in the tourist market is noted. Digitalization is a new form of communication interaction between producers and consumers of tourist services, becoming a source of competitive advantages of tourist organizations. The article also discusses fairly new digital technologies such as blockchain, voice assistants, virtual reality, and special applications. Keywords: digitalization, trends in tourism, blockchain, voice assistants, virtual reality.

Цифровизация в обществе является динамичным процессом. Внедрение цифровых технологий позволяет упростить доступ к услугам, сократить время на поиск продукции по интересующим параметрам, получить/предоставить услуги консультационного характера, физически не присутствуя в сервисной организации, минимизировать издержки на пользование услугами [1].

В данной статье рассматривается вопрос цифровизации внедрение современных технологий в туристскую отрасль. Самый первый сервис для туристов появился в 2000-х гг., такой, как Booking.

Бизнес-процессы в туризме все больше переходят в цифровое пространство [2]. Применение современных технологий повышает скорость работы в туристской отрасли [3].

По статистическим данным в европейских странах к традиционным туроператорам обращаются не более трети путешественников.

Онлайн-продажи - это достаточно удобно. Во-первых, люди покупают отдельно билеты и отели, составляя себе путешествие самостоятельно. Во-вторых, туристские агентства тоже выходят в онлайн, продвигая собственные укомплектованные туры [4]. Следовательно, онлайн-продажи становятся более популярным и удобным как туристов, так и туристских агенств, в связи с повышением качества цифровых технологий.

Одной из современных форм цифровизации в туризме является создание мобильных приложений. Они становятся незаменимыми помощниками в поиске справочной информации о местонахождении туриста, об объектах его окружающих в месте временного пребывания. Например, приложение Google Maps, позволяющий пользователям добавлять фотографии и описания мест [5], оставлять отзывы, тем самым упрощая знакомство как местного населения, так и приезжих с объектами определённой территории [6]. Также это приложение позволяет построить маршрут с одной точки в другую с использованием автомобиля, общественного транспорта или пешком особенно очень удобно и полезно в случае путешествия в незнакомых местах. Ещё один пример приложения-это «МегаФон путешествия» [7]. В одном приложении можно забронировать железнодорожные билеты, авиабилеты, номер в гостинице, купить тур, оплатить страховку.

Также в туризме присутствует технология блокчейн. Названная технология предполагает нахождение данных о покупках туристских услуг в цифровом пространстве, что может помочь каждому из участников процесса оказания услуг по реализации туристского продукта ориентироваться на реальные сведения о потребителях при этом анализируя рекламные

предложения для дальнейшего предугадывания потребностей. Например, авиакомпания S7 внедрила блокчейн для продажи билетов и регистрации пассажиров [8].

В чём ещё может состоять польза для туриста?. Появляется перспектива длительных путешествий без необходимости возить с собой документы и кошелек. В любой поездке это самые ценные вещи, о сохранности которых человек думает каждый день.

Можно рассмотреть цифровизацию самостоятельных туров. Большинство туристов имеют свободный доступ к интернету и могут самостоятельно осуществить планирование своих туристских поездок без помощи профессионалов туристской деятельности туроператора или турагенства. Кроме того, значимой предпосылкой стало развитие самостоятельного автомобильного туризма, с каждым годом увеличивается количество личного автомобильного транспорта [9]. Также стоит отметить, что самостоятельный туризм, как самостоятельный вид деятельности, требует определённых знаний и умений для формирования грамотного цикла рекреационной деятельности вне среды, в которой проживает турист, подбор комплекса рекреационных занятий, отвечающих за полезность для потребителя туристских услуг [10]. Самостоятельная разработка маршрута и программы путешествий требует навыков поиска альтернативных вариантов осуществления путешествия.

В цифровой туристской сфере внедрение чат- ботов стало достаточно удобно. Примером такого чат- бота служит платформа для автоматизации процессов- Mindsay [11]. Эта система позволяет турагенствам автоматизировать до 80% запросов клиентов на 110 языках мира. Кроме того, Mindsay можно интегрировать более чем с 30 бизнес-платформами, что удобно для автоматизации заказов и бронирований [12].

Также достаточно применимая технология в сфере туризма - это виртуальная реальность. Например, американская компания Travel World VR предлагает туроператорам создавать vr-презентации своих туров. В обзор

можно включить: мини-фильм о городах, странах, об отелях, пляжах. Идея продвижения виртуальных презентаций приносит положительный результат, так как у клиента увеличивается желание отправиться в реальное путешествие [13].

Стоит отметить, что голосовые помощники, так же применяются в туризме. Некоторые зарубежные авиакомпании используют сервисы, которыми можно воспользоваться через голосовых помощников: регистрация на рейс, получение информации о полёте, бронирование отеля.

Следует отметить, что объективные процессы в туристской отрасли в виде роста популярности самостоятельных туристских путешествий требует поиск путей удовлетворения общественной потребности в приобретении всех необходимых навыков в области организации самодеятельного туризма. Стоит отметить, открытие различных онлайн-школ для начинающих туристов, которые в дальнейшем в перспективе готовы самостоятельно создавать себе туры.

Таким образом, цифровизация туризма приобретает разнообразные тенденции, к которым относятся онлайн-покупка готовых туров сформированных туроператорами, разработка мобильных приложений. Цифровизация самодеятельных туров, создание онлайн-школ для начинающих путешественников. Также будет происходить дальнейший процесс перехода из оффлайн- офисов в дистанционный формат. Внедрение новых технологий в сферу туризма: виртуальную реальность, голосовых помощников, чат-ботов. При использовании данных цифровых технологий можно стать достаточно конкурируемым турагентством с наибольшими преимуществами. Проектирование туров по индивидуальным параметрам заданным каждым клиентом, следовательно преимущества получают те туристские организации, которые смогут наилучшим образом удовлетворить потребности туриста.

Библиографический список

1. Григорьева Н.С., Александрова К.В. Цифровые технологии как средство восстановления предприятий туриндустрии после кризиса 2020 года // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2020. – № 2. – С. 326
2. Григорьева Н.С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2019. – Т. 5, № 2. – С. 47-52.
3. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Мультипликативный эффект от предпринимательских воздействий в инфраструктурную сферу региона// Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – № 2 (69). – С. 28-32.
4. Григорьева Н.С., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1. – С. 22-26.
5. 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.
6. Григорьева Н.С. Влияние качества образовательных услуг на экономическое развитие региона // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 10-14.
7. 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.
8. 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.
9. Колычева Ж.Я. Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 46-51.
10. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я., Дынник Д.И. Цифровая трансформация системы управления туристским комплексом // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2021. – № 1 (128). – С. 40-44.
11. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.
12. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Необходимость повышения конкурентоспособности вуза на современном этапе развития экономики // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 8 (99). – С. 7-9.
13. 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.