

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ С ЦЕЛЬЮ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Жилина Лада Дмитриевна

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

e-mail: Zilinalada231101@uandex.ru

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

Аннотация: В статье проведен анализ данных, характеризующих развитие цифровых технологий в туристическом секторе, и выделены тенденции предоставленного направления. Российский рынок онлайн-услуг растет быстрыми темпами, что связано с внедрением цифровых технологий в сферу туризма. Цифровые технологии становятся также основным направлением стратегии развития культуры и туризма городов будущего, способствуя интеграции туриста в городскую среду и разрешая ему самостоятельно проектировать путешествие. Для развития туризма в РФ на региональном уровне необходимо разрабатывать туристические продукты для их реализации в новоиспеченной цифровой среде, раскрывающие возможность и способности дестинации.

Ключевые слова: цифровые технологии, туризм, туристские услуги, онлайн-бронирование, мобильные приложения.

THE DEVELOPMENT OF DIGITALIZATION IN ORDER TO PROMOTE A TOURIST PRODUCT

Zhilina Lada Dmitrievna

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: The article analyzes the data characterizing the development of digital technologies in the tourism sector, and highlights the trends of the provided direction. The Russian market of online services is growing rapidly, which is associated with the introduction of digital technologies in the tourism sector. Digital technologies are also becoming the main focus of the strategy for the development of culture and tourism in the cities of the future, contributing to the integration of tourists into the urban environment and allowing them to independently design a trip. For the development of tourism in the Russian Federation at the regional level, it is necessary to develop tourism products for their implementation in the newly minted digital environment, revealing the possibilities and abilities of destinations.

Keywords: digital technologies, tourism, tourist services, online booking, mobile applications.

Мировая туристическая индустрия испытывает фундаментальные изменения, связанные с технологиями. За последнее десятилетие

формирование технологий значительно преобразовало процесс исследования и бронирования туристических услуг. Цифровые технологии становятся также основным направлением стратегии развития культуры и туризма мегаполисов будущего. Цифровые технологии в городском пространстве способствуют мгновенной интеграции туриста в городскую среду и позволяют ему самостоятельно проектировать путешествие, общаться с местными жителями через наушник с синхронным переводом, получать индивидуальные рекомендации по посещению музеев и мест для отдыха и развлечений с учетом его предпочтений [1]. В 2019 г. индустрия электронной коммерции генерирует 3,45 триллиона долларов продаж. Современные пользователи используют около 5 часов в неделю на покупки в Интернете. Все это определяет значительную актуальность исследования цифровых технологий на развитие туристского рынка [2].

Цель исследования - изучить воздействие цифровых технологий на развитие туристского рынка и формирование комфортной городской среды для путешественников.

Материалы и методы исследования. В качестве исходного материала применялись статистические данные, характеризующие развитие цифровых технологий в туристическом секторе, аналитические отчеты исследований рынка онлайн-продаж туристских услуг в Российской Федерации и мире. В качестве методики изучения использовался теоретический и сравнительный анализ.

В настоящее время среди ключевых направленностей в сфере путешествий можно выделить следующие.

1. Усиление значимости индивидуального подхода к потребителю во всех сферах туристической отрасли [3]. Возможность извлекать максимум информации о клиентах из аналитических данных позволяет достигнуть веских успехов, так как все больше путешественников желают приобретать персональное обслуживание [4]. Предприятия сферы туризма обязаны

предусматривать потребности путешественников, понимать проблемы и опережать их возникновение с через информацию.

2. Непрерывное формирование мультимедийного контента и технологий. По мере освоения отраслью свежих подходов к продвижению туристических услуг и технологических стандартов, происходит постоянное формирование мультимедийного контента [5]. вследствие широкому предпочтению мультимедийного контента поставщики туристических услуг будут располагать всеми мерами персонализации сервиса для каждого путешественника [6]. Проникновение технологий разрешит облегчить обыкновенные операции туристов. Это, например, отслеживание багажа в режиме реалистичного времени через телефон, объединение функций планирования путешествия и бронирования услуг в одном приложении.

3. Одна из тенденций, которая преимущественно наглядно отображает сложность и взыскательность потребительского мира будущего - это появление «умных городов» [7]. Будущее туризма будет складываться мультимодальными транспортировками и аналитическими данными, которые разрешат гарантировать более персонализированный и качественный сервис.

4. При выборе места развлечения туристы обращают больше внимания на возможности самореализации - смогут ли они научиться чему-то свежему в процессе поездки [8]. Исследование, проведенное Booking. com показало, что самыми знаменитыми поездками представлены путешествия с целью культурного обмена (согласно мнению 68% опрошенных), волонтерские путешествия (54%) и работа за рубежом (52%)

Одним из необходимых вопросов для развития внутреннего и въездного туризма является создание соглашений для формирования туристской экосистемы, соединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе для формирования наилучшего клиентского опыта, интегрированной с внешними источниками информации и общественными платформами [9]. На базе платформы могут быть разработаны всевозможные блоки, сервисы и мобильные приложения, в которых будут реализованы

функции, нацеленные на развитие системы продвижения туристского продукта РФ.

Среди «важнейших цифровых решений» власть выделило [10]:

- создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта Российской Федерации;

- внедрение и развитие мультязычных сервисов поддержки туристам, включительно информативные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, с целью увеличения доступности, качества и привлекательности туристских услуг, роста производительности применения туристских ресурсов;

- разработку и реализацию электронной туристской карты посетителя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах Российской Федерации (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу передвигаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных событиях и пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы) [11];

- предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг, создание рейтинга туристских услуг и объектов по туристским территориям Российской Федерации;

- гарантия возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с применением технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.

- создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по мегаполисам и объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.) ради увеличения привлекательности туристских объектов и эффективности применения туристских ресурсов [12];

- формирование системы открытой информации в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления

отраслю, создания условий ради формирования новых вариантов туристских услуг [13];

- введение и развитие технологий огромной информации и искусственного интеллекта для сбора и анализа данных , а также развитие системы продвижения туристских услуг, выработка наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.

- формирование сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью приобретения билетов и бронирования гостиниц;

- создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы);

- разработку мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов (аудио- и видео-гидов) с перспективой интеграции с GPS-навигацией, внедрением QR-кодов для формирования запросов.

Несмотря на развитие рынка онлайн-продаж туристских услуг, крупные туроператоры в России могут не бояться перехода туристов к самостоятельным бронированиям онлайн, так как основным устанавливающим фактором при приобретении тура остается цена. На втором месте - соотношение цены и качества. То есть те туристы, которые уже несколько лет путешествуют, будут смотреть на качество. многочисленный туроператор, имеющий личные чартерные цепочки, личные отели или гарантированные блоки мест в крупнейших отелях, предлагает туристам уникальные низкие цены, чем обеспечивает свою конкурентоспособность. Вдобавок огромную роль для туристов играет возможность находиться на связи с туроператором и иметь вероятность приобрести помощь и поддержку в случае каких-то проблем. Массовые туроператоры ориентированы на B2B рынок и не намеревается увеличивать продажи туров посредством интернет для прямых клиентов, предлагая им какие-то скидки и бонусы.

В сегодняшнем обществе каждый второй человек проживает в городе. По прогнозам ООН, к 2050 году в городах сконцентрируется более 67% населения Земли. Города играют ведущую роль в мировой экономике, и эта тенденция с течением периода будет только усиливаться. Доля интернет-пользователей в России - 81% граждан. В том числе 65% выходят в сеть ежедневно. Среди россиян от 18 до 24 лет этот показатель составляет 97% (Количество пользователей 2019).

Направления внедрения цифровых технологий в туристскую городскую среду включают:

онлайн-сервисы с индивидуальными рекомендациями на основе огромных данных;

носимые гаджеты для синхронного перевода;

сервисы общего потребления;

умную систему навигации в городе, адаптационную к иностранным языкам;

бесплатный высокоскоростной интернет в общественных местах.

Проведенное изучение показало, что в последние годы туристская индустрия в России и в мире создавалась под влиянием факторов, предопределенных формированием цифровых технологий. Это требует от участников туристского рынка соображения новых тенденций и течений, трансформирующих бизнес путем изменения метода общения, сотрудничества, обмена информацией. Цифровые технологии радикально поменяли образ жизни, досуг, отдых, мобильность и туризм во всех его формах. Для развития туризма в РФ на региональном уровне необходимо разрабатывать туристические продукты для их реализации в новой цифровой среде, открывающие возможность и потенциал дестинаций.

Библиографический список

1. Григорьева Н.С., Александрова К.В. Цифровые технологии как средство восстановления предприятий туристической индустрии 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.