

ВОЗМОЖНОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИНДУСТРИИ

Костюченко Е.П.

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

e-mail: ketkos.2001@ya.ru

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

Аннотация: Научная статья посвящена изучению возможностей цифровизации в туриндустррии. Возникновение цифровых технологий позитивно воздействовало на развитие туристской деятельности. На сегодняшний день туризм является глобальным бизнесом, пользующийся потенциалами цифровизации и инновации.

Ключевые слова: цифровизация, информационное общество, цифровые технологии, индустрия туризма, организация и проведение экскурсий.

DIGITALIZATION OPPORTUNITIES IN THE TRAVEL INDUSTRY

Kostyuchenko E.P.

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: The scientific article is devoted to the study of the possibilities of digitalization in the tourism industry. The emergence of digital technologies has had a positive impact on the development of tourism activities. Today, tourism is a global business that uses the potential of digitalization and innovation.

Keywords: digitalization, information society, digital technologies, tourism industry, organization and conduct of excursions.

С внедрением цифровых технологий в туристский бизнес произошли значительные изменения в деятельности туристических предприятий. Работа турфирм стала более оперативной, автоматизированной, она стала круглосуточной и при этом произошло внушительное сбережение человеческих ресурсов, времени и денежных средств. Цель изучения заключается в оценке готовности индустрии туризма к цифровизации ведения своей деятельности [1].

Сейчас нельзя представить мир без цифровых технологий. Они используются во всех сферах человеческой деятельности, при этом оказав сильное воздействие на них [2]. Более наглядно эти изменения

отслеживаются в туристическом бизнесе, который обычно занимает лидирующие места в международной торговле в эру глобализации и цифровизации. Понятие цифровизация предполагает переход с аналоговой формы передачи различной информации на цифровую [3]. Использование возможностей цифровых технологий в туристской деятельности существенно увеличивает производительность, что приводит к значимой экономии временных, финансовых и человеческих ресурсов [4]. При этом происходит модифицирование структуры и функционального значения каналов продаж туристских услуг [5]. Турагенты и туроператоры сближаются с потребителями, тем самым они пытаются избавиться от посредников, формируя свою лояльную базу клиентов.

Сегодня в туристской индустрии производится активная работа по продвижению турпродукта на рынок, то есть динамическое пакетирование туров [6]. Это является новой технологией организации и реализации туристского продукта через прямое обращение к ресурсным системам авиакомпаний, гостиниц и агрегаторов туристских услуг благодаря возможностям цифровизации [7].

В наше время деятельность турпредприятий невозможна без использования информационных и цифровых технологий. Чтобы выжить в эпоху большой конкуренции, нужно внедрять инноваторские технологии. Поэтому турагенты и туроператоры вынуждены разрабатывать и применять новые виды услуг, которые будут уникальными и понравятся туристу [8].

Для этого возникает потребность формирования новых потребительских ценностей [9]:

- Комплексный сервис путем расширения ассортимента дополнительных услуг;
- Улучшение послепродажного сопровождения покупателя;
- Установление международных стандартов обслуживания [10].

Динамическое пакетирование - это универсальный конструктор персональных туров, позволяющий за несколько минут оформить бронь,

оплатить услуги и заказать билеты на выгодных условиях. Благодаря спец предложениям перевозчиков и гостиниц, прайс в пакете тура обычно ниже, чем на услуги, забронированные отдельно на сайтах компаний-поставщиков. Различие в стоимости составляет около 20-30% [11]. Но при этом риски не предоставления оплаченного турпакета минимизированы.

Новая технология обладает большой значимостью для расширения географии территорий внутреннего российского турпродукта. Так она способна донести до покупателя разрозненный ресурс небольших курортов, отдельных объектов размещения, которые в настоящий момент никто не продвигает на рынок в привычном для клиента режиме. Такое решение повышает доступность регионов, в которые организация чартерных рейсов ранее была невозможна [12].

Динамическое пакетирование туров на территории РФ способствует действенному росту туристов, путешествующих путем включения ресурса российских объектов размещения в различные поисковые системы. Пользователями этих систем являются более 25 000 турагентств, которые специализируются на продаже турпакетов [13].

Из-за этого происходит введение новых каналов реализации пакетных туров:

- всемирные поисковые системы;
- веб-сайты авиакомпаний;
- онлайн турагенты, специализирующиеся на продвижении ресурса системы в сети Интернет
- фирмы и компании, использующие ресурс при планировании собственных и бизнес поездок штатных сотрудников.

Систематизирование информации в единую базу данных об объектах размещения федерального и регионального уровней дает доступ к ней для всех граждан нашей страны.

При этом через модернизацию своих базовых технологий, отдельные операторы создают собственный новый ресурс, на базе имеющихся платформ

динамического пакетирования. Одновременно включая в готовый глобальный контент свои нововведения, относящиеся к гостинице и транспорту.

Эта стратегия модификации турпродукта является одним из способов сохранения бизнеса в сфере туризма в момент кризиса. Именно в это время количество чартерных рейсов сократилось до минимума, а постоянная перевозка становится главным фундаментом туристского пакета.

Проведенное исследование показало, что применение возможностей цифровизации в туристической индустрии благоприятно влияет на успешное продвижение экскурсий на рынок туризма. Основную роль здесь играет организация гидов и качественное формирование самого экскурсионного продукта, а также владение методиками и техникой её проведения.

Масштабный культурно-исторический потенциал нашего региона создает неограниченные возможности для осуществления туристской и экскурсионной деятельности. Организации, специализирующиеся на создании экскурсий, должны иметь свой уникальный бренд, учитывающий потребительский спрос.

Разработка новых маршрутов влияет на появление новых экскурсионных объектов, разнообразие туристского продукта и различные формы его подачи. Инновационные процессы в экскурсионной деятельности существуют в самых разных формах, у каждой из них свои особенности, оказывающие воздействие на её развитие и, в конечном итоге, влияющие на конкурентоспособность и востребованность турпродукта.

В инновации экскурсий технического и технологического рода входят радио/аудиогид, автоматический GPS-экскурсовод и т.д. Отдельно следует выделить инновации, позволяющие самостоятельно изучать экскурсионные объекты. Такими инновациями являются: QR-код, мобильные путеводители и справочники, онлайн-услуги, где размещена информация о путеводителях и справочниках, а также о виртуальных экскурсиях.

Использование QR-кода в экскурсионной деятельности становится действительно безграничным. Мы полагаем, что подобной инновацией

необходимо оснастить, в первую очередь, достопримечательности и памятники архитектуры и культуры города, к тому же, эта инновация применительна и к любому музею. QR-код можно использовать и при разработке экскурсии в виде квеста, потому что такая экскурсия предполагает состязательный уклон и самостоятельный поиск решений, а QR-код в данной ситуации был бы самым простым методом ее получения.

Подводя итоги, можно отметить, что в последние годы мы наблюдаем тенденцию появления и использования разнообразных инновационных форм организации экскурсионной деятельности. Именно поэтому целесообразным является применение таких форм инноваций, как радиогид, QRкод, квест-экскурсия.

Использование потенциалов цифровых и инновационных технологий поможет повысить качество и увеличить конкурентоспособность услуг, экскурсионной деятельности, а также обеспечить получение соответствующей прибыли на туристском рынке города или региона.

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.