

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Родионова А.М.

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

Email: asyarodionova14@gmail.com

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

Аннотация: Современная экономика движется к четвертой промышленной революции, которая характеризуется принятием таких технологий, как киберфизические системы, Интернет вещей, большие данные, социальный интеллект и робототехника. Во всем мире существует большая осведомленность о внутреннем влиянии цифровизации на все отрасли, в том числе гостиничную и туристическую. Множество исследований было проведено в условиях обрабатывающей промышленности, ритейла. Тем не менее, похоже, что среди исследователей не существует исчерпывающего и консенсусного согласия между исследователями относительно развития и перспектив цифровизации для сервисных отраслей. Поэтому целью данной статьи является обзор ближайших перспектив цифровизации для индустрии гостеприимства и туризма.

Ключевые слова: цифровизация; цифровые технологии; индустрия туризма; гостеприимство; экономика совместного использования; туристические услуги.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN THE ERA OF DIGITALIZATION

Rodionova A. M.

Abstract: The modern economy is moving towards the fourth industrial revolution, which is characterized by the adoption of technologies such as cyber-physical systems, the Internet of Things, big data, social intelligence and robotics. There is a lot of awareness around the world about the internal impact of digitalization on all industries, including hotel and tourism. A lot of research has been conducted in the conditions of the manufacturing industry, retail. Nevertheless, it seems that there is no exhaustive and consensual agreement among researchers on the development and prospects of digitalization for the service industries. Therefore, the purpose of this article is to review the near-term prospects of digitalization for the hospitality and tourism industry.

Keywords: digitalization; digital technologies; tourism industry; hospitality; sharing economy; tourist service.

Цифровизация кардинально меняет социально-экономическую культуру в мире, особенно в индустрии путешествий и туризма. Цифровая революция полностью изменила способ работы бизнеса в наши дни. Прошли те времена,

когда людям приходилось ходить в туристические агентства и часами простаивать в длинных очередях, чтобы забронировать билеты. С появлением технологических достижений и быстрой цифровизации все туристические компании избегают географических барьеров и внедряют онлайн-методы для общения со своими клиентами [1].

В настоящее время путешественники зависят от туристических порталов для поиска поездок в отпуск или при планировании отпуска. Офлайн-каналы продаж уже уступают онлайн-каналам по популярности – 52% респондентов приобретают тревел-услуги в сети, тогда как в традиционные агентства обращаются 48% опрошенных. При этом 36% участников опроса отмечают, что уже покупали туристические услуги на зарубежных сайтах. При бронировании онлайн большинство путешественников использует компьютер (74%), тогда как 26% пользуется для этих целей мобильными устройствами. Более 90% клиентов проводят онлайн-исследования мест отдыха и поездок, и большинство из этих сайтов приведут вас к нескольким сайтам онлайн-бронирования и приложениям [2]. Одним из главных преимуществ этого является то, что путешественники могут учитывать отзывы и прошлый опыт других путешественников при выборе отелей или авиакомпаний. Вы можете провести исследование и забронировать номер заранее, не выходя из дома.

Тем не менее, эта быстрая оцифровка сильно повлияла на людей из сферы гостеприимства и услуг, таких как бронирование гостиниц и регистрация персонала, а также официантов в кафе и ресторанах [3]. Цифровизация и автоматизация значительно сократили потребность в нескольких типах рабочих мест, а работа стала децентрализованной и дистанцированной от регулирования, защищающего права работников. С одной стороны, это облегчает задачу, с другой стороны, быстрые технологические достижения также негативно влияют на многих работников сферы услуг. Вот почему для достижения общей позиции необходимы зрелые политические дискуссии с различными заинтересованными сторонами [4].

Фундаментальная ценность туристической индустрии всегда заключается в том, чтобы создать связь между людьми и местоположением. Благодаря этой общей экономике путешественники могут познакомиться с различными типами размещения с большим количеством вариантов настройки. Приложения для совместного использования поездок становятся все более распространенными в наши дни. Пассажиры получают прозрачные цены еще до посадки, в то время как водители могут забрать нескольких пассажиров по одному и тому же маршруту, что в конечном итоге приносит пользу пассажирам, водителям и владельцам платформ [5].

Каковы же значительные тенденции в области цифровых путешествий, которые мы наблюдаем в последние годы? Во-первых, туристический бизнес все больше полагается на мобильные приложения для роста. Более 35% пользователей бронируют поездки через мобильные приложения, и в ближайшее время этот процент будет только увеличиваться. Разработка вашего мобильного приложения, несомненно, дорого обходится нескольким игрокам рынка, но оно того стоит. Кроме того, многие компании регистрируются в качестве поставщиков других туристических приложений, что экономит как время, так и деньги [6].

Приложения для путешествий часто предоставляют вам варианты, которые вы, скорее всего, выберете. Этот механизм основан на ваших предыдущих поисках, исторических данных и заполненном профиле [7]. Они могут сузить ваши возможности на всю поездку без каких-либо усилий с вашей стороны.

Во-вторых, в туристическом бизнесе существует многоканальная модель, при которой ни один игрок не является конечным. Пользователь может познакомиться с несколькими поставщиками и узнать, как они сравниваются друг с другом, прежде чем выбрать любого поставщика. Эта модель помогает нескольким бизнес-провайдерам иметь более высокий потенциал для того, чтобы попасть на экраны клиентов [8].

Наконец, по мере того, как все больше и больше игроков входят в этот бизнес, основное внимание уделяется созданию наилучшей индивидуальной

поездки для отдыха с учетом конкретных требований заказчика. Чем более индивидуальными могут быть поставщики, тем больше они будут пользоваться все большей популярностью. Данные и искусственный интеллект дают компаниям возможность преследовать своих клиентов. Опрос Google показывает, что в настоящее время более 36% путешественников готовы выложить дополнительные деньги за более индивидуальные и уникальные впечатления [9].

Для инновационных предприятий эффективность интерактивности имеет ключевое значение для успеха их бизнеса. Быстрое развитие ИКТ-решений привело к огромным изменениям в индустрии туризма. Ранее на принятие решений потребителями в основном влияла промышленная среда. Эра цифровых туристических пространств, которой предшествовали тематические парки и тематические направления, началась с появления информационных веб-сайтов; однако этот целевой информационный поток был однонаправленным и с ограниченным выбором. В современную цифровую эпоху новое поколение коммерческой деятельности осуществляется в VR или AR-пространствах, и мгновенный анализ реакций и поведения клиентов способствует повышению их готовности к покупке [10]. Традиционные процессы принятия решений постепенно заменяются персонализированными предложениями, что еще больше повышает важность информационных технологий [11].

Цифровизация, несомненно, оказала наибольшее влияние на индустрию путешествий и туризма, потому что она в основном предлагает вам опыт, а не какой-либо физический продукт, и поэтому зависит от цифрового образа жизни. Однако с появлением быстрых технологических достижений люди, работающие в определенных секторах услуг, рискуют потерять работу. Поэтому необходимы всесторонние политические решения для создания цифрового пути, включающего современные технологии и учитывающего местную культуру и ценности.

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.