

УДК 338.48

**ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ ВИРТУАЛЬНОГО  
ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ИНДУСТРИИ  
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Глазкова А.И.

студент 3-го курса группы ТД-301

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

glazkova.nastasia1@gmail.com

Научный руководитель: Григорьева Н.С.

к.э.н., доцент

Аннотация: В статье раскрывается актуальность создания, разработки и развития информационного пространства в индустрии гостиничного бизнеса. Исследуются понятия, основными задачи, в которых ставится изучение возможных путей развития виртуального информационного пространства в гостиничном бизнесе. Приводится статистика о использовании виртуального информационного пространства в гостиничном бизнесе.

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

**POSSIBLE WAYS TO DEVELOP A VIRTUAL INFORMATION SPACE IN  
THE HOTEL BUSINESS INDUSTRY**

Glazkova A.I.

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: the article reveals the relevance of the creation, development and development of the information space in the hospitality industry. The concepts, the main tasks, in which the study of possible ways of developing the virtual information space in the hotel business, are explored. Provides statistics on the use of virtual information space in the hotel business.

Keywords: hotel business industry, tourism, virtual information space, digitalization of tourism, tourism development

Гостиничный бизнес, как и любая другая сфера развивается и не стоит на месте. Если рассматривать определение то, гостиничное дело – 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]. Туризм и гостиничный 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, на данный момент в мире уделяют достаточно много внимания технологиям. Ни для кого не секрет, что IT-технологии являются ключом развития не только в гостиничном бизнесе [3], но и в многих других, которые так же напрямую связаны с данной отраслью. Туристический рынок онлайн-услуг увеличивается с каждым годом, что напрямую связано с использованием цифровых видов туризма в индустрии гостеприимства.

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

Инновационные процессы, которые сейчас происходят в гостиничном бизнесе, влияют на возникновение современного информационного общества, которое формирует виртуальную и цифровую реальность в этой сфере [5].

Массовое развитие цифровых технологий стало необходимым для использования и участия индивида в социальной и экономической деятельности общества. 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 гостиничном бизнесе, позволят узнать о новых услугах и способах передачи, восприятия потребителей тех или иных услуг.

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

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 развитие туристской сферы во условиях информационного виртуального пространства.

Различные бизнес-процессы все больше переходят в «Цифровое пространство» гостиничного бизнеса. Революционный рост информационных и виртуальных технологий привел к созданию совершенно нового направления, получившего название «цифровой туризм», которое заключается в использовании цифровых инструментов и технологий для подготовки, организации, контроля туристической индустрии.

Информационные ресурсы представляют собой объективную и своевременную информацию, необходимую для ведения туристского бизнеса, в том числе информацию о гостиничном рынке, клиентах, спросе и предложении. 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 гостиничном бизнесе.

Предприятия индустрии гостиничного бизнеса, которые активно внедряют и используют современные информационные технологии, в свою очередь стимулируют их развитие. Повышает скорость работы и решать важные задачи помогает автоматизации и цифровизации, а также задает новые тренды которые позволяют развивать гостиничное дело. 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.

Сейчас речь пойдёт о путях развития виртуального информационного пространства в гостиничном бизнесе.

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

1) Как следует оценить состояние гостиничной сферы и основные проблемы ее развития?

2) Как за счет развития информационного пространства в гостиничном бизнесе стимулировать социально-экономическое развитие ?

3) Как обеспечить недорогой способ любым организациям распространять информацию через электронные сети.

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

На мой взгляд, первый фактор, который можно детально рассмотреть: это использование мобильных приложений. Использование новых видов информации и виртуальных технологий принесло большую прибыль туристическому сектору, особенно в отношении предоставления услуг, которые соответствуют современным проблемам индустрии туризма. Число пользователей Интернета в мире выросло на 7% по сравнению с прошлым годом.

Мобильные приложения для отелей являются мощным маркетинговым инструментом для взаимодействия с постояльцами. Они расширяют возможности для бизнеса, привлекают новых клиентов, а постояльцам упрощают коммуникацию с отелем.

Они будут доступны любому туристу при наличии мобильного телефона. Основные причины почему приложения для гостиниц и отелей выгодны бизнесу: увеличивается посещаемость. Клиенты могут предварительно изучить номер, стоимость услуг, отзывы. Эффективная

реклама приложения даст больше посетителей, а программа лояльности сделает их постоянными; увеличивается средний чек постояльца. К примеру, он может изучить меню и заказать еду в номер, или заказать дополнительные услуги; уменьшается нагрузка на персонал. В приложении пользователи получают ответы на многие вопросы, функции бронирования онлайн снижают вероятность ошибок, затраты на работу сотрудников уменьшаются; Налаженная коммуникация с постояльцами. Удобное взаимодействие поможет рассказать о программах, акциях, новых услугах, проведении мероприятий. А главное, что ненавязчивые уведомления охватывают большое число пользователей, пропустить уведомления практически невозможно; Устранение языкового барьера. Приложения для гостиниц и отелей можно делать на разных языках, тем самым, устраняя языковой барьер.

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 бронировании номера, дате и времени заезда. В наше время путешественник сам может купить и оплатить авиабилет, снять номер в гостинице 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 начало 2023 года по всему миру было загружено более 200 миллиардов приложений, около 25% из них — это приложения, связанные с туристской сферой.

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

Для тех, кто не привык планировать своё путешествие самостоятельно у турфирм также существуют свои приложения, в которых собраны нужные для туриста функции. У небольшого круга компаний есть такие приложения, но в перспективе у средних и крупных фирм внедрение таких приложений 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 гостиничного бизнеса 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 партнерстве компания создает первую в отрасли технологию, 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 отрасли новыми базами данных и информацией, постоянно обучать ее.

Поэтому применение виртуального информационного пространства, становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности гостиничного бизнеса.

Отмечу, что развитие виртуального информационного пространства в индустрии гостеприимства 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.

Также технологии с использованием искусственного интеллекта может значительно увеличить доходы туристской индустрии, повысив продажи всех туристских продуктов отрасли.

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

Глубокая интеграция цифровых технологий в гостиничном бизнесе способствует повышению эффективности коммуникационных процессов участников современного рынка туристических услуг. ИТ, призванные сделать восприятие информации человеком намного шире и понятнее, обладают значительным потенциалом в туризме благодаря тому, что потребители, будучи активно вовлеченными в виртуальное пространство, получают возможность приобретать информацию, услуги, товары, что влияет на рост туристического потока.

### Библиографический список

1. Григорьева Н.С., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т. 4. – № 1. – С. 22-26.
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.