

УДК 338

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Григорьева Н.С.
к.э.н., доцент
ЮУ (ИУБиП)
grigorievans@bk.ru

Аннотация: В статье проанализированы проблемы, с которыми встречаются субъекты туристского рынка при переходе к цифровой экономике; рассмотрены некоторые цифровые технологии, которые используются в туризме; сформулирован алгоритм перехода организаций к цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, туристский рынок, динамическое пакетирование туров, технология блокчейн.

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE DIGITAL ECONOMY

Grigorieva N.S.

Abstract: The article analyzes the problems encountered by the subjects of the tourist market during the transition to a digital economy; considered some digital technologies that are used in tourism; The algorithm for the transition of organizations to the digital economy is formulated.

Keywords: digital economy, digitalization, tourist market, dynamic packetization of tours, blockchain technology.

Переход к цифровой экономике на сегодняшний день стал основным звеном на пути к развитию мировой экономики в целом. Цифровизации подвержены все сферы экономики и туризм не является исключением. Однако классический туристский бизнес не всегда готов к восприятию существенных изменений и внедрению новых технологий.

По мнению экспертов, в условиях цифровизации имеющиеся рыночные бизнес-модели подвержены глобальной трансформации, модель оптимизации добавленной стоимости существенно меняется, уровень значения посредников в экономике значительно опускается, а значение индивидуального подхода к разработке продукта возрастает [10].

Таким образом, можно сказать, что цифровой трансформации подвержено все, что поддается формализации, т.е. преобразованию в логические схемы.

Переход к цифровой экономике формирует основные тенденции развития рынка туризма:

- глобализация туристского бизнеса;
- развитие международных интернет-ресурсов;
- сокращение посредников между производителями и потребителями туристских слуг;
- появление новых каналов распределения;
- массовое переключение туристских компаний на работу в сети Интернет;
- преобразование модели потребления – переход к персонализированному подходу при формировании турпродукта [8].

Сетевой рынок туристских услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов электронной коммерции и ежегодно демонстрирует значительный рост доходов. Потребители туристских услуг все чаще обращаются к сети Интернет при планировании и организации поездок. [8]

Одной из основных тенденций цифровизации сферы туризма является динамическое пакетирование туров. Это новая методика формирования и реализации туристского продукта, основанная на прямом обращении к ресурсным системам туроператоров, транспортных компаний и средств размещения. [3]. Уже сегодня больше половины объема продаж туристских услуг продается по данной технологии.

Большое значение данная методика имеет для расширения охвата внутреннего туристского продукта, т.к. дает возможность довести до потребителя весь спектр услуг даже самых мелких предприятия. Это позволяет делать доступными даже регионы, в которые невозможно

организовать чартерные рейсы. Использование регулярных рейсов значительно сокращает риски.

Дело в том, что технология динамического пакетирования кардинально отличается от стандартного тур-оперейтинга наличием большого количества внутренних и международных партнеров и требует более детального контроля [1].

На данный момент динамическое пакетирование направлено не только на авиаперелеты, но также на железнодорожные и автобусные перевозки. Развитие данных схем помогает обеспечить максимальный доступ к туристским объектам для организованных и самостоятельных туристов, что в свою очередь создает преимущества для поставщиков и потребителей [8].

Современные интернет-технологии дают возможность туристам полностью организовывать свои поездки: составлять маршруты, покупать билеты на все виды транспорта, бронировать жилье, формировать развлекательную программу. Первыми значимыми цифровыми инновациями в туризме являются электронные билеты, электронные визы и электронное бронирование [11].

Затрагивая тему динамического пакетирования невозможно оставить без внимания блокчейн-технологии. Именно блокчейн может радикально изменить индустрию туризма [7].

Технология распределенных баз данных не только позволяет потребителю туристских услуг напрямую работать с производителем, но и помогает защититься от взлома, кражи и фальсификации информации. Изначально блокчейн использовался на рынках криптовалют, но уже сегодня используется в большинстве сфер экономики.

Наблюдая за тенденциями развития цифровой экономики и новыми технологиями, можно предположить, что в ближайшее время с туристского рынка могут уйти все посредники, ответственность производителей повысится, а туристский продукт станет более качественным и доступным.

В условиях резкого падения потребительского спроса и неизбежной цифровизации, классическая схема работы туроператоров и тур-агентов приводит к убыточности организаций рынка туристских услуг. Низкий уровень доходов туроператоров не позволяет сбалансировать риски, связанные с формированием оптового туристского продукта. Снижение комиссии приведет к невозможности нормально существовать на туристском рынке.

Тур-агенту при данных обстоятельствах еще сложнее оставаться на плаву. Он будет вынужден работать под франшизой или вступать в сеть. Бесспорно, нельзя забывать, что работа в рамках розничных продаж значительно ограничивает свободу действий. Однако, если дальнейшее развитие рынка туристских услуг пойдет в данном направлении, тенденция к сокращению комиссии сохранится.

Для того, чтобы остаться на туристском рынке в сложившихся условиях туроператоры и тур-агенты должны создавать новые уникальные продукты и услуги, которые не может предоставить даже системообразующий поставщик. Для этого необходимо формировать новые потребительские ценности:

- оказание услуг по международным стандартам сервиса;
 - системное обслуживание за счёт расширения диапазона дополнительных услуг;
 - повышение уровня качества пост-продажного обслуживания клиента
- [8].

В условиях, когда цифровизация вытесняет с рынка посредников (туроператоров и тур-агентов), туристским фирмам следует уделять большее внимание актуальности технологий работы. Например, за счет сокращения среднего времени передачи цен электронным торговым площадкам и веб-сервисам. Это позволит дать турагентствам еще более эффективный и быстрый инструментарий.

Опыт лидеров сетевого рынка говорит о положительном эффекте создания круглосуточных call-центров, т.к. становится очевидно, что только внедрения новых технологий недостаточно [9, 10]. Потребность в человеческом ресурсе все еще сохраняется, но в ином формате и на более высоком профессиональном уровне.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Воробьёв В. Год был сложным и успешным. Но скоро многим придется перестроить свой бизнес [Электронный ресурс] // URL: https://www.hotline.travel/strategii-kompaniy/god-byl-slozhnym-i-uspeshnym-no-skoromnogim-bridetsya-perestroit-svoy-biznes/?utm_source=tourdom&utm_medium=vrez&utm_campaign=71170 (Дата обращения 5.02.19)
2. Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Совершенствование технологии продаж туристского продукта на основе внедрения инновационных технологий // Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. № 3(35) июль-сентябрь 2015. С.20-26.
3. Сафонов О. В Ростуризме ждут серьезных изменений из-за внедрения блокчейна. 03.11.2017 [Электронный ресурс] // URL: https://www.tourdom.ru/news/vrosturizme-zhdut-sereznykh-izmeneniy-iz-za-vnedreniya-blokcheyna.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com (Дата обращения 5.02.19)
4. Цифровая революция в туризме: что делать? 26.02.2016 [Электронный ресурс] // URL: <http://rustur.ru/cifrovaya-revolyuuciya-v-turizme-cto-delat> (Дата обращения 5.02.19)
5. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин. 16.06.2017 [Электронный ресурс] // URL: <https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html> (Дата обращения 5.02.19)
6. Акперов И.Г. Проблемы и перспективы управления социально-экономическим развитием региона в условиях перехода к шестому технологическому укладу // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2014. – № 1. – С. 7-12. URL:<https://elibrary.ru/item.asp?id=25727827> (Дата обращения 5.02.19)
7. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. 2014. Том 8. № 10. С. 128-138. 12. Negroponte, N. Being Digital. Knopf. (Paperback edition, 1996, Vintage Books, ISBN 0-679-76290-6). 272 с.
8. Григорьева Н.С. Необходимость и возможности устойчивого развития регионов // ТРАНСПОРТ-2015: Труды международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 72-73.
9. Коханова В.С., Меркулова С.В. Внедрение банковских инноваций в российской практике // Интеллектуальные ресурсы региональному развитию. – 2018. – № 1. – С. 129-136.
10. Коханова В.С., Яценко С.Д. Применение BIG DATA для разработки персонализированного финансового продукта // Интеллектуальные ресурсы региональному развитию. – 2019. – № 1. – С. 201-204.