

УДК 379.85

ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

Глазкова А.И

Студент 1 курса направления подготовки 43.03.02 туризм
(туристический бизнес), ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

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

Аннотация: В статье раскрывается сущность и исследуется понятие информационного пространства в туристической индустрии. Основными задачами ставится изучение возможных путей развития виртуального информационного пространства в туристской сфере. Рассматриваются различные формы цифровизации туризма и приводится статистика о использовании виртуального информационного пространства в туризме

Ключевые слова: туризм, виртуальное информационное пространство, интернет, цифровизация туризма, развитие туризма

POSSIBLE WAYS OF DEVELOPING A VIRTUAL INFORMATION SPACE IN THE TOURISM SECTOR

Glazkova A.I.

Abstract: the article reveals the essence and examines the concept of information space in the tourism industry. The main tasks are to study possible ways of developing a virtual information space in the tourism sector. Various forms of digitalization of tourism are considered and statistics on the use of virtual information space in tourism are provided.

Keywords: tourism, virtual information space, Internet, digitalization of tourism, tourism development

Туризм, как и любая другая сфера развивается и не стоит на месте. В условиях современного развития общества двадцать первого века одним из главного ключа развития стоят данные, которые представляются в цифровом формате. В связи с этим в мире технологиям на данный момент уделяют много внимания. IT- технологии являются ключом развития не только в туристской сфере, но и в многих других [1].

Инновационные процессы, которые сейчас происходят в туризме

связаны с возникновением современного информационного общества, которое формирует виртуальную и цифровую реальность.

Массовая развития цифровых технологий стало необходимым для использования и участия индивида в социальной и экономической деятельности общества [2]. 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 возможные пути развития цифрового пространства в туризме. Узнать о новых услугах на рынке туризма и способы передачи и восприятия потребителей тех или иных услуг [3].

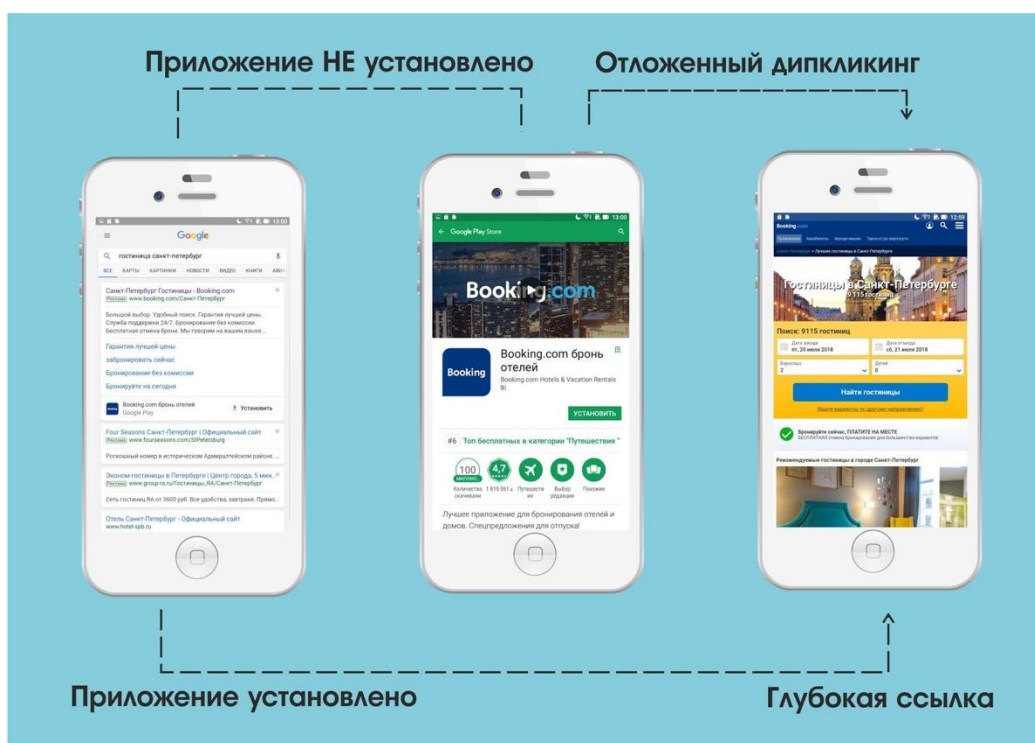
Сравнить разные пути развития цифрового пространства и выявить их плюсы и минусы. Изучить влияние на виртуальной и дополненной реальности на фоне появления нового туристского продукта.

В качестве методики при менялся теоретический и сравнительный анализ. Материалы в статье представлены определёнными подтверждённой ми и официальными источниками, которые характеризуют развития туристской сферы во условиях информационного виртуального пространства [4].

В туристской сфере различные бизнес процессы все больше переходит в Цифровое пространство. Внедрение новых современных технологий позволяет повышать эффективность и увеличивать спрос на рынке туризма.

Повышает скорость работы и решать важные задачи помогает автоматизации и цифровизации и также новые тренды, которые позволяют развивать туризм в разных сферах таких как специальные экономические и многие другие [5].

Сейчас речь пойдёт о путях развития виртуального информационного пространства в туризме.



На мой взгляд, первое, что можно рассмотреть – это мобильные приложения, которые набирают огромный спрос в современном мире. К примеру, человек приехал в другую страну с целью делового туризма, но осталось свободное время, именно тут на помощь приходят различные мобильные приложения [6]. С помощью них человек может не только зайти в переводчик и перевести незнакомые слова. На данный момент технологии ушли намного дальше, сейчас есть множество различных приложений, которые помогут вам добраться в другую часть города без усилий, даже без специальной подготовки в незнакомом городе можно с легкостью найти главные достопримечательности города поблизости, выбрать место где можно провести вечер (рисунок 1) [7].

Рисунок 1 – Интернет технологии в туризме

Именно мобильные технологии могут не только помочь путешественникам, но и работникам в туристической сфере, предоставив им возможность расширить клиентскую базу внедряя новые технологии [8]. 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 задержке рейса или изменении в расписании. В наше время путешественник сам может купить и оплатить авиабилет 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 [9].

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 [10].

По статистике было замечено, что на 2015 год по всему миру было загружено более 150 миллиардов приложений, около 25% из них - это приложения связанные с туристской сферой. Большой популярностью скаченных приложений пользуются аудиогиды. Аудиогиды-приложения, которые помогают путешественникам знакомиться с достопримечательностями и самостоятельно. Данные приложения намного удобнее по сравнению с их предшественниками-бумажными путеводителями. Аудиогиды можно слушать и рассматривать достопримечательности, к тому же там есть встроенные авторские рассказы на многих языках мира. Наиболее выигрышным фактом аудиогидом является их цена, скачав мобильное приложение вы затратите меньше средств, чем на личного гида.

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

Сейчас предлагаю рассмотреть мобильные приложения для путешествий каких видов они есть и для чего предназначены: переводчики

(Google, Yandex, во многих смартфонах они уже встроенные по умолчанию); покупка билетов (Aviasales, tutu.ru); бронирование отелей (Booking, Hotellook); поиск попутчиков; аренда автомобилей, велосипедов, самокатов (рисунок 2).

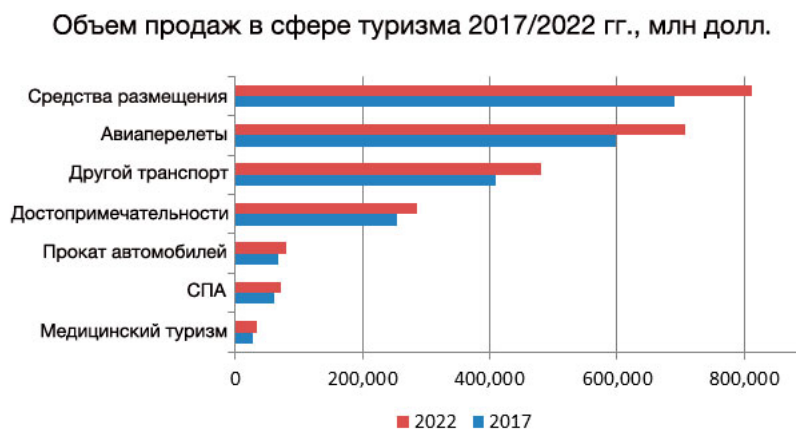


Рисунок 2 – Объем продаж в сфере туризма

Для тех, кто не привык планировать своё путешествие самостоятельно у турфирм также существуют свои приложения, в которых собраны все вышеперечисленные элементы. Хочу заметить, что в наше время приложения турфирм слабо развиты и редко кто может их предложить.

Ещё одним немаловажным путём развития виртуального информационного пространства, хотелось бы отметить искусственный интеллект. Искусственный интеллект- это новая, уникальная возможность и универсальная платформа, которая поможет обеспечить индивидуальный подход для каждого клиента туристской сферы. 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.

Для того, чтобы возможности персонализации стали практически безграничными, необходимо постоянно снабжать систему туристкой отрасли новыми базами данных и информацией, постоянно обучать ее.

Отмечу, что развитие виртуального информационного пространства в индустрии туризма 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.

Технология искусственного интеллекта может значительно увеличить доходы туристской индустрии, повысив продажи туристических продуктов.

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. 326-331.
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. 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.
4. Proskina, V. D. Digital and IT technologies in tourism. Online services for using travel services, improving the efficiency of the tour package. Pp. 114-117.
5. Григорьева Н.С. Проблемы и перспективы развития туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2019. – № 3 (106). – С. 31-35.
6. 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.
7. Григорьева Н.С. Повышение информационной доступности к туристской информации региона // Правоведник. – 2019. – № 1 (12). – С. 8-10.

8. Григорьева Н.С. Образовательные технологии в подготовке кадров для сферы туризма // Правовестник. – 2019. – № 3 (14). – С. 75-78.
9. Григорьева Н.С. Развитие регионального туризма в современных условиях // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2017. – № 5. – С. 373-378.
10. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.