

УДК 379.85

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сабанова А.П.

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 представлена роль современных цифровых технологий в повышении конкурентоспособности субъектов туристической индустрии. Определены основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия в своей работе.

Ключевые слова: туризм, цифровизация, субъекты туристической индустрии, конкурентоспособность, эффективность, умный туризм.

ROLE OF THE DIGITAL TECHNOLOGIES IN IMPROVING EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF ORGANIZATION

Sabanova A.P.

Abstract: The article presents the role of modern digital technologies in increasing the competitiveness of the subjects of the tourism industry. The main problems that enterprises face in their work are identified.

Keywords: tourism, digitalization, subjects of the tourism industry, competitiveness, efficiency.

Актуальность темы обоснована развитием цифровой трансформации, туризма и гостеприимства в условиях перехода к концепции «Туризм 4.0.» [1]. В отечественной литературе совершенствование деятельности предприятия индустрии туризма на основе исследования потребительских предпочтений в современных условиях стала объектом исследования сравнительно недавно. Возрастание внимания к цифровому маркетингу в настоящее время привело к заметному расширению теоретических исследований в этой области [2].

Общие методы и технологии маркетинговых мероприятий в туризме подробно и широко рассмотрены во многих зарубежных и отечественных источниках, рассматривающих рекламную и PR деятельность коммерческих компаний. Среди авторов работ, рассматривающих основные аспекты поставленной темы, можно назвать Азарову Л.В., Ачкасову В.А., Иванову К.А., Кривоносова А. Д, Баранова Д. Е., Демко Е. В., Лукашенко М. В. и других. В том, что касается аспектов данной статьи, рассматривающей сферу туристического бизнеса и применение в ней коммуникационных технологий, можно отметить книги, написанные Котлером Ф., Боуэном Дж., Мейкензом Дж., Дурович А. П, Ильиной Е.И, Музалевской Н.Л.

Индустрия туризма непрерывным образом осваивает уход от массового туризма благодаря развитию современных технологий и средств коммуникации, которые позволяют значительным образом перестроить её [3]. Переход к инновационным формам туристского продукта в новых условиях экономики впечатлений и цифровизации в туризме обуславливается одними из главных тенденций в современном туризме [4]. Это в первую очередь использование информационно–коммуникационных технологий и использование уникального местного туристического потенциала.

Современный потребитель постоянно развивается. С ростом его интереса к цифровым технологиям, увеличивается рынок предлагаемых девайсов. Для многих современных компаний, предлагающих товары и услуги, использование цифровых носителей во взаимодействии с клиентом, является новым направлением. Особенно это касается сферы туристических услуг [5].

Обращаясь к статистике, мы рассматриваем цифровой туризм с двух сторон: с одной - это развитие туризма в целом, с другой - использование сети Интернет в России [6]. По данным исследования Фонда Общественное мнение, на 2019 года показатель проникновения Интернета среди взрослого населения составил 81% (118,9 млн чел.). При этом к активной части аудитории, выходящей в сеть хотя бы раз в сутки, сейчас можно отнести уже

65% (96,8 млн чел.). Аудитория Интернета в России продолжает расти, при этом темпы роста активной её части заметно выше темпов роста аудитории в целом [7]. Так, годовой прирост числа интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 7%, тогда как для суточной аудитории данный показатель равен 12%.

Для сравнения: в 2004 году доля суточной составляла лишь 3,4%, а за 50% перевалила лишь в 2009 году, в 2014 году значение превысило 82%. Показатель проникновения Интернета среди возрастной группы 18-24 года близок к насыщению, и темпы роста постепенно сокращаются. На лиц до 35 лет по-прежнему приходится более половины интернет-аудитории в России, однако их доля снижается [8]. Существенный рост показателей проникновения наблюдается среди жителей России 35-44 и 45-54 лет – 10% и 20% за год соответственно. При этом проникновение в возрастных группах до 34 лет приближается к 90%.

Рынок онлайн-туризма (включен в исследование), выделенный впервые в 2012 году в России, также весьма активно развивается. На 2018 год прогноз составлял рост на 29%, и почти оправдался, так как составил 195 млрд руб., увеличившись, таким образом на 27% [9]. Расхождение всего 2%. На 2019 год рост составил 45%. Естественно, есть и негативные факторы, влияющие на этот рынок, такие как кризисная ситуация на рынке туристических услуг в целом, снижение роста. Также отмечается падение в сегменте пакетных туров. Но одновременно возрастает количество самостоятельных пользователей, использующих Интернет для планирования путешествия [10].

Рассмотрев с двух сторон е-туризм [11], можно выделить несколько аспектов, характеризующих актуальность выбранной темы: во-первых, падение спроса на услуги туристических агентств и туроператоров; возрастающее количество онлайн-сервисов в ИГТ; не спадающее количество туристического потока, а также, увеличение доли путешествующих по России.

На рисунке 1 представлены наиболее популярные онлайн-сервисы для покупки туристических продуктов.

Рисунок 1. Наиболее популярные онлайн-сервисы для покупки туристических продуктов

Туризм 4.0 - это название современной тенденции обработки больших данных, собранных огромным количеством путешественников, для создания персонализированного опыта путешествий. Он основан на разнообразии современных высокотехнологичных компьютерных технологий. Термин происходит от новой парадигмы в промышленности, известной как Индустрия 4.0. Туризм 4.0 создает плавные путешествия, используя технологии «Industrial Revolution», такие как искусственный интеллект, интернет вещей, анализ больших данных и облачные вычисления, чтобы сделать поездки более эффективными, безопасными, экологичными и менее сложными при оптимизации времени поездки и минимизация затрат для путешественников.

Смарт - туризм стал новым словом для описания технологического, экономического и социального развития, основанного на технологиях которые полагаются на датчики, большие данные, открытые данные, новые способы подключения и обмен информацией, а также умение делать выводы и рассуждать. Во многих отношениях умный туризм можно рассматривать как логическое развитие от традиционного туризма к электронному туризму. В последнее время получило широкое распространение - внедрение информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в туризм. Например, в форме глобального распределения и автоматизации электронного бронирования, интеграция через Интернет технологии, которые привели к появлению электронного туризма. Развитие смарт-туризма продолжается в связи с широким распространением социальных сетей. В последнее время происходит движение к реализации мобильного туризма в знак признания высокой мобильности туристической информации и

потребителей туризма. Тем не менее, умный туризм, безусловно, является серьезным шагом в эволюции ИКТ (информационных и коммуникационных технологий).

Туристы являются активными участниками в организации Смарт-туризма и организации проекта Туризм 4.0. Они не только потребляют, но и создают контент, расширяют данные, которые составляют основу анализа данных в туристической отрасли (например, путем загрузки фотографий в Instagram с хэштегами и геотегами. Туристы и их смартфоны являются особо важной частью концепции Туризм 4.0.

Внедрение информационных технологий в сферу гостеприимства объясняется скоростью изменений самого характера этого бизнеса и в том числе необходимостью оперативного управления бизнес-процессами и динамикой изменений запросов потребителей под воздействием большей доступности информации. Фактический интерес к применению цифровых технологий в гостиничном бизнесе связан с тем, что на их основе возможен перенос в цифровую среду привычных коммуникационных механизмов, что позволяет использовать традиционные схемы на качественно новой цифровой основе. В условиях высокой конкуренции в гостиничном бизнесе отельеры постоянно сталкиваются с необходимостью сохранения индивидуального подхода к гостю, в том числе на основе инновационных маркетинговых инструментов.

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. Проблемы и перспективы развития туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2019. – № 3 (106). – С. 31-35.
4. 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.

5. Григорьева Н.С. Повышение информационной доступности к туристской информации региона // Правовестник. – 2019. – № 1 (12). – С. 8-10.
6. Григорьева Н.С. Образовательные технологии в подготовке кадров для сферы туризма // Правовестник. – 2019. – № 3 (14). – С. 75-78.
7. 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.
8. Григорьева Н.С. Развитие регионального туризма в современных условиях // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2017. – № 5. – С. 373-378.
9. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.
10. Grigoreva N.S., Kolycheva Zh.Ya., Ushakov D.S. Budgetary administration and macroeconomic systems' social effectiveness // Advanced Science Letters. – 2018. – Т. 24, № 9. – С. 6311-6313.
11. Grigorieva N.S., Galoyan Ya.E., Dynnuk D.I. Improving project management of socio-economic development of the region with the use of soft computing // Advances in Intelligent Systems and Computing – 2020. – Т. 1095. – С. 214-220.
12. Официальный сайт федерального агентства по туризму. – URL: <https://tourism.gov.ru/> (Дата обращения: 31.01.2021).