

УДК 379.85

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЧЕСТВЕ ДВИГАТЕЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Сагайдак Д.А.

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 данной статье раскрывается сущность электронной коммерции, её значимость в туристической индустрии, описываются преимущества, недостатки данной системы и дальнейшие перспективы развития.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, интернет-маркетинг, туризм, перспективы и факторы развития в индустрии.

## USING E-COMMERCE AS AN ENGINE FOR TOURISM DEVELOPMENT

Sagaydak D.A.

**Abstract:** this article reveals the essence of e-commerce, its importance in the tourism industry, describes the advantages, disadvantages of this system and further development prospects.

**Key words:** e-commerce, internet marketing, prospects and development factors in the industry.

Уже с прошлого тысячелетия цифровые технологии плотно внедрились во все сферы нашей жизни. В среднем, по статистике, каждый, кто имеет мобильный телефон или персональное устройство использует их по прямому назначению несколько часов в день [1]. Электронная коммерция - это самый широкий спектр услуг. Это и заказ билетов, и покупка продуктов питания, ведение бизнеса через социальные сети и многое другое. Давно и незаметно электронная коммерция стала неотъемлемой частью нашей жизни. Но при этом не каждый знает и понимает что значит и что в себя включает термин “Электронная коммерция” [2].

Электронная коммерция (e - commerce) - термин, используемый для обозначения коммерческой активности в сети Интернет. Предоставляет возможность осуществления покупок, продаж, сервисного обслуживания,

проведения маркетинговых мероприятий путем использования компьютерных сетей. Электронная коммерция объединяет в себе множество различных технологий в числе которых - электронная почта, Интернет, интранет (обмен информацией внутри компании), экстранет (обмен информацией с внешним миром). Так, электронную коммерцию можно охарактеризовать как ведение бизнеса через Интернет [3].

Все большее и большее распространение электронной коммерции по всему миру безусловно связано с приобретением предприятиями и покупателями значительных преимуществ по сравнению с обычной розничной торговлей. В чем же преимущества электронной коммерции? И есть ли недостатки? [4] Рассмотрим эти вопросы со стороны как покупателя, так и организации, предоставляющей товар или же услугу.

Преимущества электронной коммерции для покупателя.

Основное преимущество - большой выбор и возможность быстрого сравнения различных предложений товаров или услуг. Использование различных сайтов-агрегаторов помогает обществу быстрее определиться с приобретением необходимого. Далее - значительная экономия времени на приобретение товара или услуги. Все покупки можно делать не вставая с дивана. И также устранение большинства ошибок ввиду минимального присутствия человеческого фактора с помощью автоматизации процессов электронной торговли [5].

Перейдем к преимуществам для организаций.

Стоит начать прежде всего с того, что время работы предприятия не ограничено - 24 часа в сутки, 7 дней в неделю [6]. Затем отметим, отсутствие географических границ и, как следствие, увеличение глобального масштаба спроса. Несомненный плюс - автоматизация логистики и общения с клиентом, а также сокращение издержек (к примеру, на документооборот, аренду офиса и прочее) и сильное сокращение сроков вывода товара или услуги на рынок. Плюс ко всему, можно уменьшить стоимость рекламной кампании, посредством применения каналов цифрового маркетинга [7].

Нельзя не отметить, что глобально для общества e-commerce также оказывает положительный эффект, ведь она позволяет с каждым годом повышать уровень жизни (так как у нас появляется возможность покупать товары дешевле), повышать уровень образования населения, увеличивать продолжительность жизни (возможность быстрого реагирования через интернет), улучшать экологию (уменьшение загрязнения окружающей среды, сокращение использования пластика), помогает обществу идти в ногу со временем и, конечно, предоставляет возможность широкого выбора услуг во всех сферах жизни [8].

Как можно заметить, у системы электронной коммерции достаточно большое количество преимуществ, но, как и у любой системы есть недостатки.

На мой взгляд, одним из недостатков является невозможность визуализации товара, ведь желание посмотреть товар вживую зачастую преобладает над желанием затратить как можно меньше времени на его приобретение. Следующий, не менее важный аспект - низкий уровень доверия среди покупателей. Отсутствие знаний информационных технологий порождает недоверие покупателей к самой системе и раскрытию персональных данных. Конечно, не стоит забывать и о том, что покупатель иногда просто не умеет или не любит использовать интернет для целей приобретения товаров и услуг [9].

К основным сферам деятельности, где может протекать электронная коммерция, можно отнести: Интернет-маркетинг, администрирование бизнеса, коммерческие операции, включающие в себя заказ, получение товара или услуги и оплату. Какую же роль e-commerce играет в туристической индустрии?

Сейчас для доступа к международным туристическим направлениям многие предпочитают пользоваться интернет-услугами. Развитие технологий создало больше возможностей для отрасли, поскольку индустрия смогла расширяться за счет использования электронной коммерции для

привлечения, а также развлечения туристов. Возрастающая конкуренция на рынке вынудила многие компании принять новые стратегии продвижения, с ростом использования средств массовой информации, туристический сектор также предпринял некоторые шаги для совершенствования, вследствие чего клиенты получили доступ к разнообразным продуктам на международных рынках.

Роль традиционных туристических агентов была упразднена, ведь теперь система подразумевает обмен информацией посредством Интернета. Данная технология упростила маркетинговые процессы и предоставила больше возможностей как продавцам, так и покупателям. Нельзя не отметить значительный рост прибыли, а вместе с тем конкуренции на рынке туристической индустрии.

Отрасль путешествий и туризма ярко отражает, как электронная коммерция может изменить структуру индустрии и в процессе этих изменений открыть новые горизонты данной сферы. При совершенствовании механизмов взаимодействия и устранении существующих проблем, Интернет станет одной из самых эффективных и современных площадок реализации туристских услуг.

#### 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. 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.
5. 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.
6. Григорьева Н.С. Повышение информационной доступности к туристской информации региона // Правовестник. – 2019. – № 1 (12). – С. 8-10.
7. Григорьева Н.С. Образовательные технологии в подготовке кадров для сферы туризма // Правовестник. – 2019. – № 3 (14). – С. 75-78.

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.