

УДК 379.85

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТРАНСФОРМАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Тухикян С.Е.

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: Особенно актуальна сегодня цифровая трансформация, которая затронула все сферы, она ориентирована на глобальное применение цифровых технологий, формирование информационного общества и цифровой экономики в целом. Бизнес трансформируется путём пересмотра бизнес-стратегии, маркетингового подхода, путём принятия цифровых технологий. Цифровая трансформация призвана ускорить прежде всего рост любого бизнеса, в том числе туристического.

Ключевые слова: туризм, трансформация, цифровые технологии, экономика, Интернет.

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF TRANSFORMATION IN THE SPHERE OF TOURISM IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Tukhikyan S.E.

Abstract: Digital transformation is especially relevant today, which has affected all spheres, it is focused on the global application of digital technologies, the formation of an information society and the digital economy in general. Business is being transformed by revising the business strategy, marketing approach, by adopting digital technologies. Digital transformation is designed to accelerate, above all, the growth of any business, including tourism.

Keywords: tourism, transformation, digital technologies, economics, Internet.

Главная проблема исследования - следствия внедрения цифровых инноваций в туристическом бизнесе. Анализ происходящих сегодня изменений в мире позволил выявить формирование новых тенденций в индустрии туризма. Исследования показывают, что изменения, происходящие в сфере туризма, являются социологическими маркерами фундаментальных социальных трансформаций [1]. Такие социологические показатели, как социальное неравенство, социальная девиация, социальная эксклюзия, получают новое содержание под влиянием цифровых технологий.

Обозначенная тематика выступает смысловым контекстом исследования. Цель статьи - рассмотреть трансформации, возникающие в туризме вследствие внедрения цифровых технологий в отрасль, выявление и анализ актуальных тенденций, являющихся следствием цифровизации. Сегодня мировой туризм переживает не самые легкие времена. Когда закончится кризис, трудно предположить, но существующие обстоятельства требуют оптимизации бизнес-процессов почти во всех секторах туристической индустрии. Нам помогают digital технологии [2]. Президент Общенационального Союза Индустрии Гостеприимства Грант Бабамян говорит: «Весь мир и особенно туристическая сфера временно перешли в онлайн. За цифровизацией сегодня будущее и необходимо развивать направление цифровых технологий в сфере индустрии гостеприимства, вместе с производителями информационных технологий участвовать в IT-разработках мобильных приложений [3], онлайн платформ и поддерживать предпринимателей, которые создают инновационные продукты, отвечающие требованиям индустрии гостеприимства. А также популярность в Инстаграме помогает повысить доход компании. Коронавирусная инфекция кардинально изменила мир, но это не значит, что мы больше не будем путешествовать. Это значит, что мы будем путешествовать по-другому.» [4].

Цифровизация требует трансформировать все этапы бизнеса от технологических процессов до маркетинговых процессов, брать во внимание, как факторы внешней среды, так и внутренней [5]. Обязательно учитывать опыт зарубежных стран, которые уже перешли к технологическому укладу.

Безусловно, применение современных алгоритмов повышает скорость работы, позволяя решать более масштабные задачи. В первую очередь, это информационные системы электронного поиска туристических маршрутов, бронирования, продаж. Благодаря этим системам туристические организации генерируют значительный уровень сервиса, посредством использования инновационных технологий, направленных на совершенствование туристических продуктов [6]. Анализ проблем внедрения цифровых

технологий в индустрию туризма невозможен без определённой теоретической преамбулы. Остановимся на понятии «цифровая экономика». Сегодня можно говорить о двух подходах к пониманию этого термина. Первый подход: цифровая экономика - экономика, основанная на применении цифровых технологий. Второй подход: цифровая экономика - всё экономическое производство и потребление, связанное с использованием цифровых технологий. Второй подход, как мы видим, более расширенный (рисунок 1).

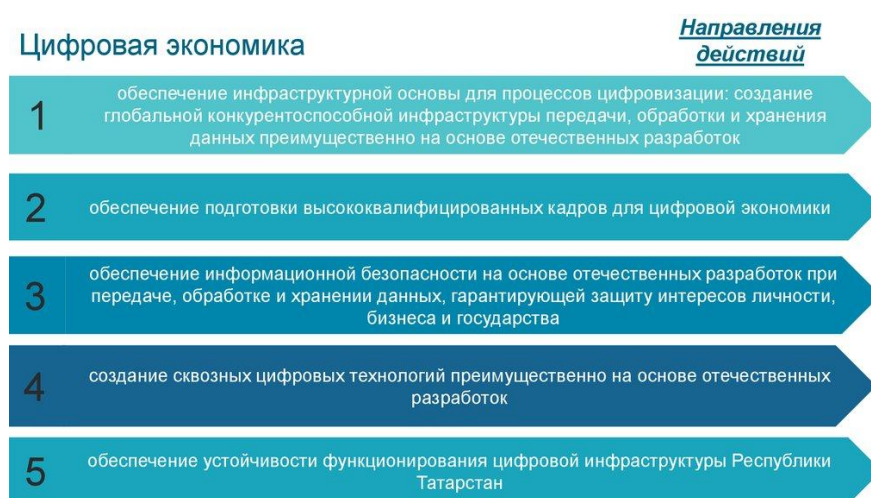


Рис.1. Цифровая экономика

Особенно актуальными процессы цифровизации стали в сфере обслуживания, например, в туризме. Исследования показывают, что цифровые технологии в отрасли туризма представляют собой «всю совокупность средств и методов, с помощью которых реализуются процедуры регистрации, сбора, передачи, хранения, обработки, выдачи информации и принятия управленческих решений в различных информационных системах». Речь идет об информационных системах электронного поиска, бронирования, продаж, технологиях, направленных на продвижение инновационных турпродуктов [7]. Важную роль играют технологии, применяемые в сфере гостеприимства. Есть отели, которые предлагают пользоваться туристам своим смартфоном как универсальным ключом ко всем услугам: открывание двери номера, заказы в ресторане, вызов персонала, управление телевизором, кондиционером. Помимо этого, в

приложения часто интегрируются карта, на которой отмечены интересные места, магазины, сервисы заказа такси и пр.

Цифровые технологии способствуют расширению зрительской аудитории. Трансляции становятся рекламой разных видов спорта, искусства. Они становятся рекламой событий, мест событий, территорий, которые начинают представлять себя как центры туризма.

Цифровые технологии принято воспринимать как все облегчающие, убыстряющие и удешевляющие, поэтому нельзя не обратить внимание на те тенденции, связанные с их применением, которые могут быть потенциально проблемными.

Возможность распространять информацию, делиться впечатлениями, влиять на вкусы, используя сетевые коммуникации, способствует формированию моды на необычные виды туризма. Популярными становятся новые виды экстремального туристского обслуживания - селфи-туризм, организация «мрачных», «вампирских» туров, различных хорор-квестов. Большую популярность и коммерческую выгоду демонстрирует устойчивый социальный тренд: уход от действительности в иную реальность, позволяющую пережить «страшную ситуацию», из которой, самое главное, всегда есть выход. Основной контингент - работающая молодежь, как мужчины, так и женщины с доходами среднего и ниже среднего уровня. Квесты для них - своеобразные «прививки страхом», помогающие бороться со стрессом.

Таким образом, создаются тенденции, оказывающие значительное влияние на формирование социальных направлений. Например, изменение в восприятии пространства и времени. Интернет-коммуникации как часть цифровых технологий позволяют современному человеку увидеть, услышать, приобщиться к событиям, имеющим культурно-познавательное значение вне зависимости от того, в каком часовом поясе, на каком расстоянии они происходят.

Согласно данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), вклад сферы туризма в структуре суммарного ВВП всех стран мира за 2018 год составил 10%. По прогнозам экспертов совета, к 2028 году вклад туристской деятельности вырастет до 11,8%. По данным официальной статистики, каждое 10-ое рабочее место обеспечивает туристская индустрия. Основными работодателями в сфере туризма являются Индонезия, Китай, Индия, США. туризм демонстрирует устойчивый рост на протяжении трех десятилетий. Самое большое количество прибытий было достигнуто в 2016 г. и составило 1,2 млрд.

В заключение можем сказать, что вовлечение сферы досуга, и туризма в цифровую экономику приводит к существенным трансформациям в отрасли. Мы можем отметить изменения, связанные с технологическими реновациями и экономическими эффектами, выступающими следствиями внедрения цифровых технологий. Но не менее существенным последствием цифровизации рекреационно-туристской индустрии становится формирование комплекса социальных явлений, формирующих социологическую проблематику. Изменения досуговых форм, практик рекреации, туристских предложений выступают в качестве показателей формирования новых социальных трендов. Возникающие тенденции не всегда очевидны: как правило, они встроены в практики повседневности, но затрагивают важные аспекты как личностного бытия, так и общественного развития и потому нуждаются в пристальном исследовательском внимании.

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., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т. 4, № 1. – С. 22-26.
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. Образовательные технологии в подготовке кадров для сферы туризма // Правовестник. – 2019. – № 3 (14). – С. 75-78.

6. Григорьева Н.С. Развитие регионального туризма в современных условиях // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2017. – № 5. – С. 373-378.

7. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.