

Цифровая трансформация туристических услуг России

Заявка № 1301003

Актуальность цифровой трансформации туристических услуг России:

1. Санкционное давление и мировой политической и социально-экономический кризис сделали почти недоступным зарубежный туризм. Согласно исследований маркетинговой компании Forwardkeys: количество авиарейсов между Россией и странами Европы с марта 2022 года сократилось на 99% от допандемийного уровня. Авиатрафик между Россией и США снизился на 92%, Россией и Африкой на 76% [1]).

2. Российский туризм нуждается в эффективной инфраструктурной, социальной, популярностической и цифровой реновации, чтобы достичь и превзойти качество знакомого российским путешественникам зарубежного туризма.

3. Цифровизация туризма должна быть реализована с учетом кастомизации под региональную специфику и на отечественном ПО (санкции закрыли доступ к зарубежному ПО).

4. Под прессингом ковидных ограничений на перемещение с доступом к устройствам Интернет серфинга и доступностью Интернета произошла массовая социально – психологической трансформация общества в разных регионах России, разных возрастных категорий. Появился «цифровой человек», как подвид «цифровой турист», потребляющий информацию в Интернет, оставляющий цифровой след по своим путешествиям, оставляющий обратную связь, тем самым дающий рекламу или антирекламу предприятиям рынка туристической индустрии.

Материал и методика исследования.

Исследования цифровизации рынка туристических услуг можно условно разделить:

1. Проработка глобальных экономических изменений в туризме в целом и касающиеся процессов цифровизации - в работах Фроловой Е.А. [2], Богомазова И.В. [3] и Устинова Н.Г. [4].

2. Анализ основных цифровых каналов продвижения туристских услуг - в исследованиях Озиминой Л.А. [5] и Пастуховой А.Э. [6].

3. Влияние цифровизации с учетом специфики российского туризма рассмотрено в работе Осипова Н.И. [7].

4. Привлечение туристов онлайн-бронированием гостиниц и отелей из России и других стран исследуется Алямкиной А.В. [8], Крюковым В.Ю. [9], Ицаковым Е.Д. [10].

5. Технологические возможности и тенденции проникновения цифровизации в туризм - освещены в работе Мироновой Н.А. [11].

6. Значение обратной связи применение инструментов цифровых технологий – проанализированы в работе Оборина М.С. [12].

7. Специфика трансформации экономических взаимоотношений субъектов индустрии туризма под влиянием цифровых технологий рассматривается Соболевской Т.Г. [13].

Автором работы на основе анализа тенденций трансформации туристического бизнеса выдвигается парадигма: эффективность предприятий туристической отрасли стала зависеть от уровня цифровизации бизнес-процессов как внутри отдельной организации, так и вовлеченности во внутриотраслевую интеграцию с поставщиками, потребителями, посредниками и т.д.

Результаты исследования.

Цифровизация туризма позволит:

- Оптимизировать базовые бизнес-процессы внутри предприятий.

- Ускорить, сделать прозрачными и эффективными взаимодействия по созданию комплексного туристического продукта, например, с поставщиками, сервисами, агрегаторами и пр.
- Минимизировать посредническую деятельность между поставщиками товаров и услуг и потребителями, снизить посреднический процент.
- Построение позитивного маркетинга: оперативные позитивные коммуникации с потребителями.
- Внедрение юридически-значимого электронного документооборота, активное использование «электронных туристических путевок».
- Повышение эффективности управления финансовыми инструментами, оперативность финансового оборота.

Цифровая трансформация демонстрирует возникшую естественную необходимость учета полноты, позитивности и эффективности «цифрового туристического портрета» региона и его отражения при расчете частных и интегральных показателей потенциала развития туристско – рекреационного хозяйства регионов, а также методов маркетингового анализа и социально-экономической эффективности.

Цифровизация туристической отрасли подразумевает вовлеченность в процесс смежных сфер экономики, привлечение населения в работу по обслуживанию въездного туризма, создание рабочих мест, увеличение финансовых поступлений в общем вкладе в ВВП. Кризисные явления, присущие настоящему моменту показывают необходимость сокращения издержек предприятий, снижения себестоимости при сохранении качества. Оптимизация может быть достигнута за счет сокращения посреднических услуг, улучшения логистики, формирования комплекса мер по обеспечению безопасности путешественников, а также соблюдения требований информационной безопасности.

Выводы. Эффективным инструментом для увеличения туристической привлекательности регионов помимо классических инструментов является цифровизация отрасли, позволяющая на основе отечественных, импортозамещенных продуктов ИТ активно работать с предприятиями отрасли, а также с потенциальными гостями и потребителями туристических услуг.

Источники и литература

- 1) ForwardKeys Tracks Impact of Ukraine War: Analytic Report. (Электронный ресурс) URL: <https://www.travelpress.com/forwardkeys-tracks-impact-of-ukraine-war-on-travel/> (дата обращения: 11.02.2024).
- 2) Фролова Елена Андреевна Тенденции и проблемы развития мирового туризма // Вестник ГУУ. – 2019. – №3. – с. 61-65.
- 3) Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – №3 (85). – С. 34-47.
- 4) Устинова Н.Г., Шевченко М.В. Индустрия гостеприимства в эпоху цифровизации // Эпоха науки. – 2019. – №20. – С. 453-457.
- 5) Озиминова Л.А. Цифровые каналы и методы продвижения комплексных туристских услуг // Известия СПбГЭУ. – 2019. – №2 (116). – С. 146-151.
- 6) Пастухова А.Э. Цифровые технологии как драйвер развития предприятий индустрии туризма в России (accessible tourism) // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2019. – №2. – С. 150-166.

- 7) Осипова Н.И., Иванова Н.В., Аксенова Л.А. Инновационное развитие российского туристского рынка: цифровой аспект // Вестник РМАТ. – 2019. – №1. – С. 130-135.
- 8) Алямкина А.В., Кицис В.М., Тесленок С.А. Технология онлайн-бронирования на примере системы Horse // Современные проблемы территориального развития. – 2018. – №4. – с. 2
- 9) Крюков В.Ю. Рынок интернет-бронирования гостиниц в современной России: особенности и актуальные тенденции развития // КЭ. – 2014. – №10 (94). – С. 139-146.
- 10) Ицаков Е.Д. Туристический бизнес России: переходим на он-лайн бронирования // Российское предпринимательство. – 2012. – №16. – С. 93-96.
- 11) Миронова Н. А. Туристическая отрасль в контексте цифровой экономики // Московский экономический журнал – 2020. - №5. – с. 577 – 586.
- 12) Оборин М.С. Цифровая трансформация туристического пространства: новые возможности//Современные проблемы сервиса и туризма.-№1/2022. Том 16. – с.157-166 [Электронный ресурс]. (дата обращения: 09.01.2024) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-turisticheskogo-prostranstva-novye-vozmozhnosti>
- 13) Соболевская Т. Г. Цифровизация – двигатель трансформации индустрии туризма в эпоху цифровых технологий // Маркетинг и логистика. – 2021. – 3 (35). – с. 59-67.