

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Цифровизация — это процесс, посредством которого технологии и управление, основанное на данных, преобразуют традиционные социальные и экономические системы. По данным Всемирного экономического форума в течение десятилетия (до 2025 г.) цифровизация создаст до 305 млрд дол. дополнительной стоимости только для туристического сектора. Целью исследования является определение роли и направлений использования информационных технологий в сфере туризма. Информационные технологии способствуют эффективной организации бизнес-процессов в деятельности предприятия. Веб-сервисы для туризма позволяют обеспечить кастомизацию сервиса, создать интерактивный дизайн продуктов и услуг. Кроме того, они анализируют конкурентные направления и заявления гостей, прогнозируют туристический спрос и передают статистическую информацию о туризме. Перечислим наиболее популярные направления цифровизации и автоматизации:

1. Различные интернет-сервисы: системы бронирования, динамические цифровые карты с изображениями и видео, виртуальные туры, электронные книги и приложения виртуальной реальности, представляющие трехмерные и интерактивные среды. Они выполняют роль средства коммуникации, обеспечивающего скорость передачи информации, задействуют новые каналы распространения услуг.

2. Система управления назначением (DMS). Пункты назначения — это смесь материальных продуктов многих различных заинтересованных сторон, расположенных в определенной области, с конкретными физическими и географическими координатами, а также нематериальных услуг и социокультурных образований, в основном представленных людьми, традициями, образом жизни, культурой, имиджем, а также опытом, которые существуют в умах посетителей. DMS предоставляет инфраструктуру и функциональные возможности для развития дестинаций, за счет чего туроператоры имеют возможность сформировать более качественный комплекс услуг.

3. Управление взаимоотношениями с клиентами — монитор CRM. Для достижения конкурентных преимуществ организации внедряют системы доставки туристических продуктов, предоставления персонализированных услуг и передачи информации о потребностях и привычках клиентов. Роль CRM-систем заключается также в автоматизации отдельных аспектов финансового анализа, управления персоналом и ассортиментом услуг. Примерами CRM для туристических агентств являются Битрикс-24, U-ON.travel, TourControl, M-Bron и др.

4. Социальные сети. Они позволяют пользователям участвовать и взаимодействовать с информацией, а также предоставляют посетителям возможность создавать свой контент и делиться им. Наиболее востребованными социальными сетями являются Instagram, Tiktok, Facebook.

5. Мобильные приложения. Они позволяют пользователям получать интересующую информацию о путешествиях на основе определения местоположения, перемещаться в незнакомой среде, ориентироваться с помощью функций GPS, своевременно, гибко и безопасно бронировать авиабилеты, гостиничные номера и т.д. Примерами приложений для путешественников являются maps.me, uelp, blablacar.

Таким образом, туристические организации используют информационные технологии как инновационные технологические инструменты для управления клиентскими и финансовыми потоками, управления маркетингом и рекламой в условиях изменяющегося спроса и других факторов внешней среды.