

А.С. Балдина, А.С. Баран

Научный руководитель — кандидат экономических наук З.М. Горбылева

БГЭУ (Минск)

НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

На сегодняшний день одним из наиболее важных аспектов развития туристической индустрии является цифровизация. Индустрия туризма активно внедряет новые цифровые технологии (система онлайн-бронирования туров, электронная коммерция и т.д.). Это способствует новым тенденциям в развитии: появлению новых каналов сбыта; сокращению времени на сближение поставщика туристических услуг и потребителя; совершенствованию деятельности с помощью создания мобильных приложений.

Статистика гласит, что около 3,5 млрд человек имеет доступ к интернету, и это не предел. Благодаря тому, что туристические организации все активнее используют сеть Интернет, каждый человек может самостоятельно подбирать себе тур; читать отзывы других клиентов; сравнивая разные турфирмы, выбирать наиболее подходящую для себя и даже оформлять покупку тура. И все это не выходя из дома! Данные услуги, естественно, не могут не отражаться положительно на деятельности туристических компаний.

Важно отметить значительное преимущество выбора тура онлайн. Благодаря этой функции турфирма может собирать различные данные о клиенте: его предпочтения; количество времени, которое потенциальный клиент хочет потратить на отпуск; сумму, которую он рассчитывает израсходовать. Эта информация может помочь организации в анализе потенциальных потребителей, проведении маркетинговых исследований, улучшении качества услуг, создании новых туров, пользующихся спросом на рынке.

Однако в настоящее время все большую популярность набирает самостоятельная организация отдыха с самостоятельным бронированием отеля, билетов, выстраиванием собственного маршрута, что, естественно, отрицательно сказывается на деятельности турфирм. И если раньше было довольно проблематично самостоятельно организовать трансфер с пересадками, то с появлением искусственного интеллекта в туристической индустрии это стало в разы проще. Теперь достаточно ввести место отправления, место прибытия, свои пожелания (ценовые, по виду транспорта и т.п.), и искусственный интеллект подберет наилучший вариант трансфера. Помимо этого, есть возможность пообщаться с чат-ботами, которые по полноте ответа на интересующий клиента вопрос вполне могут заменить общение с сотрудником туристической компании.

Еще одним направлением цифровизации туристической индустрии является использование облачных технологий. Данный вид технологий обеспечивает

удобный сетевой доступ по требованию к общему фонду информации организации, которая может быть оперативно получена с минимальными эксплуатационными затратами. Эта инновация позволяет работникам турфирмы работать удаленно, при этом иметь доступ ко всей необходимой информации.

Однако, помимо всех вышесказанных преимуществ внедрения цифровых технологий в индустрию туризма, есть и проблемы:

1. Рост киберпреступности. По данным Microsoft, в 2017 г. 9 % компьютеров по всему миру подверглись воздействию вредоносного ПО. В таком случае удобные облачные хранилища данных могут быть подвержены атакам, данные могут быть утеряны, в связи с чем турфирма может иметь очень большие проблемы.

2. Сбои в системе, которые могут привести к отмене бронирования отеля или билета и, как следствие, недовольству клиента.

3. Кадровые ограничения. На данный момент в Республике Беларусь недостаточно квалифицированных специалистов, которые могли бы в полной мере развивать цифровую экономику в туризме. Чтобы обеспечить подготовку таких кадров, необходимы совершенствование системы образования, подготовка преподавателей и т.д., что требует немало времени и затрат.

Источники

1. *Першина, Э. С.* Индустрия туризма в цифровую эпоху / Э. С. Першина, С. В. Дараган // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. — 2016. — Т. 9, № 2. — С. 98–107.

2. *Королева, М. А.* Цифровая экономика туризма и сферы услуг как «прорыв в будущее» / М. А. Королева, Н. Б. Кущева // Вестн. индустрии гостеприимства : сб. материалов. — 2018. — № 1. — С. 88–91.