

Е.П. Лобко, А.В. Мойса

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.К. Голенда

БГЭУ (Минск)

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Развитие экономики в современном мире связано с цифровизацией всей ее деятельности. Сектор туризма, который наиболее активно внедряет цифровые технологии, не остается в стороне от процесса цифровизации. В сфере туризма использование новых цифровых технологий постоянно расширяется, они становятся доступнее для всех.

Сокращение международного туризма в 2020 г. на 72 % связано с ограничениями на поездки, опасениями потребителей и глобальной борьбой за сдерживание коронавируса. Все это привело к тому, что этот год стал худшим в истории туризма. По данным ВТО, это привело к потере 935 млрд дол. США экспортных доходов от международного туризма, что в 10 раз превышает убыток, который понесла отрасль в 2009 г. из-за глобального экономического кризиса [1].

В Республике Беларусь особое внимание уделяется внедрению цифровых технологий в различные сферы жизнедеятельности человека. Так, в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 декабря 2020 г. № 758 «Об утверждении Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на период до 2025 года» включен ряд мероприятий в области цифровизации.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристического продукта. Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристического продукта.

Цифровизацию туризма можно поделить на внешнюю и внутреннюю.

Внутренняя цифровизация туризма направлена на развитие CRM-систем, автоматических инструментов для постановки задач и планирования. Это становится важным фактором повышения конкурентоспособности фирм.

В случае внешней цифровизации туризма речь идет о переводе коммуникаций с клиентом в цифровую среду. Обычно это сайт турагента, где также может размещаться специальный чат-бот для общения с туристом [2].

Исследование, размещенное на сайте Booking.com, показало, что треть аудитории мировых путешественников заинтересованы в помощи искусственного интеллекта в планировании поездок: люди вносят всю необходимую информацию о себе в систему. Для 50 % респондентов неважно, кто помогает в планировании поездки — живой оператор или чат-бот.

Также следует отметить, что усиливается тренд отказа от классической схемы продаж, соответственно, растет количество самостоятельных туристов.

Путешественники массово покупают авиабилеты с помощью сервиса SkyScanner, а отели бронируют на сайте Booking.com.

Одной из тенденций внедрения цифровизации в сферу туризма является использование функции виртуальной реальности. Например, направление цифровизации туризма, получившее особую популярность именно во время карантинных ограничений, — виртуальные экскурсии по городам и музеям мира. Посредством данных технологий, находясь дома, можно обойти Лувр, послушать Венскую оперу, изучить видеогалерею NASA.

Можно сделать вывод, что процесс цифровизации туристической индустрии способствует повышению ее конкурентоспособности, поскольку клиенты имеют более высокое качество обслуживания, а компании, предоставляющие туристические услуги, в результате использования цифровых технологий имеют возможность получать более высокие доходы от своей деятельности.

Источники

1. О международном туризме [Электронный ресурс] / Интерфакс. — Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/75592/>. — Дата доступа: 16.05.2021.
2. Digital и IT-технологии в туризме [Электронный ресурс] / Wayxar. — Режим доступа: https://wall.wayxar.com/technology/digital_i_it_tekhnologii_v_turizme. — Дата доступа: 16.05.2021.