

Цифровые сервисы для туристского бизнеса

Научный руководитель – Масленкова Наталья Александровна

Никонова Виолетта Сергеевна

Студент (магистр)

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П.

Королева, Самара, Россия

E-mail: violadubinina@yandex.ru

Индустрия туризма претерпевает фундаментальные изменения, связанные с развитием технологий.

Компанией Travelport был проведен опрос, целью которого стал анализ поведенческих особенностей туристов во время трех этапов: планирование, бронирование, сам процесс путешествия.

По результатам исследования, в России и СНГ 51% путешественников пользуются услугами туроператоров и турагентов. В Европе, более 50% организуют свой отдых самостоятельно, бронируя тур с помощью онлайн агентств, в России доля тех, кто пользуется OTA - 32%.

Проникновение цифровых технологий в сферу туризма и гостеприимства приводит к видоизменениям всех бизнес-процессов, что влечет за собой изменения в системе управления на всех уровнях: организация работы офисов продаж, экскурсионное и транспортное обслуживание, питание и прочие сопутствующие услуги.

Для модели цифровой платформы «Туризм 4.0» характерны следующие принципы:

- предельная автоматизация всех звеньев;
- максимальный удельный вес и значимость НИОКР;
- управление всех подсистем и звеньев осуществляется автономной системой с использованием интернета вещей;
- все этапы жизненного цикла туристского продукта обеспечены работой функциональных звеньев в форме единого взаимосвязанного целого, регулируемого в системе онлайн режима потоками обратных связей. [1]

Большую часть используемых на данный момент средств цифровизации сферы туризма занимают приложения. Первые цифровые сервисы для туристов появились в начале 2000-х и были ориентированы на онлайн бронирование жилья и покупку билетов: Booking.com -гостиничный агрегатор дал возможность потенциальным клиентам увидеть небольшие гостиницы по всему миру, обеспечил им самый широкий доступ к клиентской базе; AirB&B -повторил успех Booking.com, сформировав новый рынок аренды апартаментов; Uber, Gett -агрегаторы такси, привлекли в малый бизнес огромное количество людей, дали им возможность зарабатывать, используя собственный автомобиль и, одновременно, сделали услуги такси гораздо более доступными. [2]

Среди новейших цифровых технологий, выступающих платформой цифровизации и цифровой экономики, выделяют технологии Big Data, развитие облачных сервисов и искусственного интеллекта (нейросети), умных технологий и технологий определения местонахождения, интернет вещей, а также промышленный интернет вещей (IIoT - Industrial Internet of Things), 3D-печать. [3]

Сравнивая с другими экономическими кризисами, в 2020 году тур отрасль стала одной из самых пострадавших отраслей экономики. Таким образом, сохранить свое существование смогли только те туроператоры и турагенты, которые своевременно адаптировались и предоставили цифровые решения. Такими решениями стали технология виртуальной

реальности, искусственный интеллект и машинное обучение, которые на основе анализа позволяют прогнозировать минимальную стоимость, голосовые помощники от Apple, Amazon, Google и «Яндекс», чат-боты, приложения для путешественников, с прогнозами по задержкам рейсов, VR-презентации туров.

На основании исследования Booking.ru, стало понятно, что большая часть мирового населения заинтересована в помощи искусственного интеллекта, для пользователей становится неважным фактором кто оказывает им помощь: живой человек — консультант или чат-бот, число такого рода пользователей варьируется около 50 %.

На сегодняшний день чат-боты способны заменить живое общение с консультантом, т.к. они способны отвечать на различные вопросы пользователей, как, например, Kayak — чат-бот дает рекомендации и советы путешественникам начиная с покупки авиабилетов, учитывая при это располагаемый бюджет пользователя, заканчивая рекомендацией к посещению достопримечательностей в искомым локациях. [4]

В период пандемии коронавирусной инфекции наличие онлайн сервисов стало одним из основных конкурентных преимуществ при выборе компании, услугами которой решат воспользоваться путешественники.

Стимулом для создания онлайн сервисов, стала Акция, которая проводится при участии Федерального агентства по туризму. Основной задачей акции является стимулирование доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости (Кэшбэк) оплаченной туристом услуги в рамках программы лояльности в соответствии с постановлением Правительства РФ.

По информации НАФИ, большая часть пользователей, искавших туристические услуги с мобильных устройств, для бронирования использует другое устройство: авиабилеты — 51%, гостиницы — 41%, ж/д-билеты — 24%. Удобство пользователя должно заключаться в том, чтобы результаты его поиска с мобильного устройства сохранились при входе на его личный ПК. Таким образом, конкурентным преимуществом будет обладать та компания, которая сможет обеспечить такой переход, с сохранением данных пользователя.

Статистика свидетельствует о том, что ежегодно растет количество запросов и бронирований с мобильных устройств и для того, чтобы соответствовать этой тенденции, необходимо адаптировать сайты и приложения для поиска, бронирования и покупки туров.

Актуальным инструментом для привлечения новых туристов может стать динамическое пакетирование.

На наш взгляд, в перспективе конкурентоспособностью будут обладать компании тур индустрии, которые смогут кастомизировать свои услуги, обеспечивая себе тем самым стабильный поток клиентов.

Источники и литература

- 1) Алеева В.А., Мочалова Ю.Д. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. №3. С 3-6.
- 2) Климова Т.Б., Богомазова И.В., Аноприева Е.В. Шеринг-экономика в индустрии туризма и гостеприимства: новые тренды и тенденции // Научные ведомости БелГУ, серия «Экономика. Информатика». 2019. Т. 47, №2. С. 238-247.
- 3) Морозов М.А., Морозова Н.С. Новая парадигма развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики // Вестник Российского нового университета. Серия: «Человек и общество». 2018. №1. С. 135-141.

- 4) Как цифровизация захватывает все новые отрасли [Электронный ресурс] // РБК : Сайт. – URL:<https://pro.rbc.ru/news/5d429e439a794769de6a2e75> (Дата обращения: 06.03.2021)