

Возможности и перспективы цифровизации в сфере туризма

Т.Н. Алексеенко¹, А.А. Карсакин²

¹Магистр, доцент кафедры туризма и ресторанного дела

²студентка специальности «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»

^{1,2}Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
г. Караганда, Республика Казахстан

Аннотация: В данной статье будет рассмотрено явление цифровой революции в туризме, раскрыты его основные аспекты, показаны возможности, преимущества и перспективы.

Ключевые слова: Туризм, цифровизация, революция, инновационные технологии, обмен информацией, средства массовой информации.

В прошедшем году количество путешествий туристов в мире, только в первом квартале 2019 года выросло на 4% в январе-сентябре 2019 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, хотя эти показатели не равномерны в различных регионах мира.

На Ближнем Востоке рост составил 9%, Азия и Тихоокеанский регион и Африка показали рост 5%, Европа – 3%) и Америка – 2%.[1] Глобальный экономический спад, и растущие геополитические проблемы, социальные беспорядки, и снижение доверия в деловых кругах мира сказались на росте международного туризма.

Распад крупной туристической группы ThomasCook и некоторых небольших европейских авиакомпаний так же повлиял на некоторые ключевые туристические направления, особенно в Европе и Америке. А возникший в Китае «Коронавирус» и его распространение приведут к еще более значительным проблемам в сфере туризма.

В связи с этим перед сферой туризма стоят новые вызовы, которые нельзя игнорировать.

Можно отметить, что развитый с точки зрения, цифровизации сектор туризма может улучшить предпринимательство, включить и расширить возможностей местных сообществ, позволит более эффективно управлять ресурсами. Это поможет также продолжить изучение развития туризма, благодаря технологическим достижениям, включая большие данные, искусственный интеллект и цифровые платформы.

Цифровое преобразования в туризме позволяет использовать уникальные возможности и повысить осведомленность о потенциальном вкладе цифровых технологий в устойчивое развитие отрасли, обеспечивая при этом платформу для инвестиций, партнерства и сотрудничества в направлении развития более ответственного и инклюзивного сектора туризма.

Цифровизация оказывает положительное воздействие на окружающую среду и в совокупности с инновациями в производстве, и эффективным использованием ресурсов, способствовать более устойчивому развитию отрасли.

Точно так же смартфон превратил телекоммуникации и средства массовой информации, так и модель интеллектуальных путешествий, которая включает в себя умные визы, процессы безопасности и инфраструктуру – революционизирует туризм. С консолидацией этих инструментов пассажиры могут забронировать авиабилеты и зарегистрироваться в Интернете, пропустить посадочные талоны на своих смартфонах, пройти через автоматические регистрационные стойки и даже проверить свои посадочные талоны в электронном виде при посадке на самолеты. Эти меры улучшают, облегчают поездки и безопасность.

Интеллектуальный пункт назначения (Smartdestination) – это стратегия со стратегией, инновациями, устойчивостью, доступностью и интеграцией по всему циклу туризма: до, во время и после поездки. Интеллектуальный пункт назначения также относится к жителям, а также к туристам, многоязычию, культурным особенностям и сезонности в планировании туризма.

Вот почему умные пункты назначения являются ключевыми для цифровой трансформации сектора туризма. Умные пункты назначения могут сделать управление туризмом более инклюзивным с помощью инклюзивных организаций, таких как советы, трасты или фонды, которые представляют все заинтересованные стороны в пункте назначения. Они могут помочь обеспечить максимальную доступность на сайтах, продуктах и услугах, устраняя барьеры для мобильности. И они позволяют нам анализировать устойчивое управление туризмом.

Будущее путешествий основано на цифровых технологиях, поэтому туристические рабочие места потребуют как технических, так и продвинутых профессиональных навыков, используемых для

эффективного внедрения и управления интеллектуальными инициативами. Наибольшее социальное влияние цифровой трансформации в туризме может оказать влияние на рабочую силу сектора, которая прямо или косвенно представляет 1 из каждых 10 рабочих мест по всему миру. Как и в других секторах экономики, интеллектуальная автоматизация изменит характер некоторых рабочих мест и полностью искоренит другие. Тем не менее, рост, основанный на цифрах, также приведет к появлению новых возможностей для трудоустройства, которые могут опередить автоматизацию существующих ролей, особенно, поскольку прогнозируется сильный рост сектора.

Стартапы и микро-, малые и средние предприятия – это движущие силы инноваций в области технологий и предпринимательства в сфере туризма – будут играть все более важную роль в развитии туризма в Казахстане. Поэтому туризм в Казахстане должен уделять первоочередное внимание укреплению стартапов, чтобы они могли стать неотъемлемой частью эффективного развития туристической отрасли Казахстана и стимулировать образование, обучение в области технологий, которые стимулируют инновации.

Сегодня люди и предприятия соединяются, обмениваются информацией и совершают транзакции способами, которые никогда раньше не представлялись. Сочетание цифровых платформ, пользовательского контента и обратной связи, интеграции в социальные сети, глобальных услуг позиционирования и использования больших данных и искусственного интеллекта изменило то, как люди общаются, потребляют и обмениваются информацией.

Это результат последовательных достижений в области телекоммуникаций, компьютеров, баз данных, сетей, Интернета, мобильных и беспроводных технологий, глобальных систем позиционирования и смартфонов, среди прочего.

Туризм, как один из трансграничных экономических секторов в мире, был пропагандистом этих изменений. Для государственных и частных организаций сферы туризма ИКТ предлагают незаменимые и очень мощные инструменты для управления, логистики, распространения и маркетинга. Это привело к тому, что цифровой турист является более автономным, гиперсвязным и все более требовательным, ожидая персонализированного обслуживания клиентов.

Сдвиги в ожиданиях клиентов и глобальных тенденциях заставляют туристический сектор адаптировать бизнес и операционные модели в поисках большей удовлетворенности клиентов и эффективности работы. Хотя сектор туризма находится на переднем крае цифрового разрушения, экспоненциальные технологические изменения означают, что сектор должен внедрять инновации, а заинтересованные стороны должны сотрудничать на почти постоянной основе, чтобы оставаться конкурентоспособными.

Кроме того, межсекторальный характер сектора туризма расширяет свой уровень ответственности за использование технологических изменений и цифровизации, чтобы помочь создать более экономически и социально устойчивое, всеобъемлющее и экологически безопасное будущее.

Инновации в туризме Казахстана, как и в других странах, – это совместные действия между правительствами, научными кругами, корпорациями, стартапами, инвесторами, партнерами по развитию бизнеса (бизнес-инкубаторы и т. д.) Укрепление успешных инноваций в сфере туризма и предпринимательской экосистемы требует подключения всех заинтересованных сторон к возможностям сотрудничества и определения приоритетности наращивания потенциала в сфере туризма и технологий.

Список литературы:

- 1 UNWTO.org; сайт Всемирной туристской организация ЮНВТО ООН.
- 2 Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года //Режим доступа: <http://www.kit.gov.kz/index.php/ru>