

*Люева Лиана Хажсетовна
студентка магистратуры 2 курса
направления «Туризм»*

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова»*

Россия, КБР, г. Нальчик

*Камергоева Лиана Муртазовна
студентка магистратуры 2 курса
направления «Туризм»*

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова»*

Россия, КБР, г. Нальчик

МИРОВОЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ

***Аннотация:** в данной статье рассматривается мировой опыт внедрения новых информационных технологий в туризме.*

***Ключевые слова:** туризм, инновации, технология, информация.*

***Abstract:** this article discusses the global experience in introducing new information technologies in tourism.*

***Key words:** tourism, innovation, technology, information.*

В настоящее же время информационные технологии, являясь постоянным спутником человека, каждодневно и массированно воздействуя на него, играют существенную роль в жизни человеческого общества.

Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий очень динамичны в настоящее время, а их возможности для общества и экономики еще только начинают масштабно использоваться.

Наибольший эффект от внедрения информационных технологий, особенно в использовании глобальной компьютерной сети Интернет, отмечается в туристском бизнесе. В этой отрасли качество туристского продукта, его себестоимость и даже выживание туристской компании в условиях высокой конкуренции на рынке прямо пропорциональны степени автоматизации туристского офиса.[1, с.108]

Значительное число государств создают специальные национальные организации для продвижения различных инноваций в индустрии туризма. К примеру, можно взять Финляндию. Финский совет по туризму - это государственная организация, которая занимается маркетингом Финляндии в качестве туристского направления и имеет представительства в 11 странах. Финский совет по туризму был одним из первых, который использовал новые информационные технологии в работе национальной туристской организации. Финский совет по туризму осуществляет сотрудничество с представителями туристской индустрии и других заинтересованных групп, их общая цель заключается в максимальном увеличении присутствия и влияния Финляндии на международном рынке. Важнейшими средствами для достижения упомянутой цели являются электронные коммуникационные и информационные технологии. Совет придает особое значение «созданию эффективного маркетинга, четкой сегментации рынков и потребителей, уникального образа национального туризма».

Индустрия туризма является одной из самых быстрорастущих областей в мировой экономике. Мировая индустрия туризма состоит из широкого спектра услуг, начиная от отелей, казино, курортов, автобусов, поездов, самолетов, круизных судов и заканчивая туроператорами и услугами онлайн-бронирования. В результате 2017 года Испания, Франция и США приняли рекордное количество туристов, сообщает The Telegraph со ссылкой на данные Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

В 2017 году число международных туристов, прибывших во всем мире, превысило 1,4 миллиарда.

Согласно исследованию UNWTO – World Tourism Barometer, количество людей, отправившихся в путешествие в 2017 году во всем мире, увеличилось на 7%. [2, с. 94]

Эта динамика, начиная с 2010 года, значительно опережает устойчивые темпы роста сектора на 4% в год и более, что становится самым высоким показателем за последние 7 лет.

Благодаря средиземноморским направлениям, в прошлом году Европа зафиксировала выдающиеся результаты: количество иностранных прибытий увеличилось на 8%. Африканский континент также продемонстрировал ту же динамику роста, на американском континенте рост составил 3%, на Ближнем Востоке - 5%, В Азиатско-Тихоокеанском регионе - 6%.

По данным ВТО, в мире насчитывается 15 стран, которые специализируются исключительно на туристских услугах, а в них доходы от туризма во много раз превышают доходы от экспорта. Среди них Барбадос, Сейшельские острова и другие островные государства в тропиках. Для 38% стран туризм является основным источником дохода, а 83% государственного туризма входит в пятерку основных источников дохода. Страны Западной Европы занимают первое место в развитии международного туризма, на долю которого приходится 70% доли туристского рынка. Около 20% находятся в Северной Америке и менее 10% в Австралии, Африке и странах Азии.

Рассмотрим современные тенденции в туристской индустрии и прогнозы на будущее.

Сейчас вопрос заключается в том, что он будет управлять крупнейшей отраслью, то есть туристской отраслью в ближайшие годы. Самая важная тенденция, которую мы наблюдали в 2017 году, развивалась вокруг мобильного телефона. Более 60% всех заказов в сфере туризма в США были сделаны с использованием мобильного устройства, и это число будет расти только в ближайшие годы. Все поняли и признали, что современные гаджеты - наше будущее. Каждый крупный туристский бизнес сегодня должен разработать мобильную стратегию для своего развития. Около 2-3 лет назад все говорили о

социальных сетях и мобильных приложениях. Однако в некоторых странах популярность социальных сетей немного уменьшилась, а популярность всех возможностей смартфонов постоянно растет и играет ключевую роль в продвижении определенной компании.

Независимо от того, приведет ли это к объединению контента или продаже туристского продукта, каждая компания имеет мобильную стратегию. В вашем распоряжении также сайт HotelTonight, популярность которого растет благодаря приложению, что позволяет этому бизнесу и стратегии развиваться хорошо. Цель таких приложений - удовлетворить импульсивные потребности покупателя, прибывшего в новый город, и ищет отель, где остановиться. В Тихоокеанском регионе сайт HotelQuickly пользуется большей популярностью, большая часть брони относится к мобильному приложению.

Электронная коммерция чрезвычайно важна в туризме, делая бронирование удобным для потребителей и более экономичным для путешественников. Конкурс услуг в области бронирования становится все более жестким. Скидки, предоставляемые авиакомпаниями, остаются очень важными игроками в США, Европе и других странах. Примерами моделей являются Dragonair в Китае и Ryanair в Европе.[3, 237 с.]

Раньше в индустрии гостеприимства цены были статичными и варьировались в зависимости от сезона. Теперь есть технологии, которые позволяют вам корректировать цены в зависимости от спроса и структуры потребностей в любой день. Гостиницы разработали свои системы управления, что сделало их более динамичными и создало возможность персонализировать цены для всех сегментов и каждого клиента отдельно. Также мы наблюдаем некоторые новые тенденции в развитии платежей и методов транзакций в сфере туристских услуг.

На данный момент технологии включают интерактивные функции в электронных картах. Существуют несколько крупных геопорталов, которые предоставляют обширную информацию о различных территориях по всему миру. Но по большей части эта информация только общая, карты,

предоставляемые порталами являются обзорными. Если пользователь захочет получить больше информации о конкретном явлении, он должен продолжить поиск на некоторых других информационных порталах. В условиях стремительного развития информационных коммуникаций и сети Интернет в частности, постепенно отпадает необходимость постоянно иметь при себе копии карт, так как пользователь при наличии доступа к сети всегда может воспользоваться различными сетевыми ресурсами. На интерактивных картах вы можете рассмотреть небольшие сайты, но с углубленным подходом к информационному компоненту описанных явлений. Такой подход позволяет получить все данные, представляющие для него интерес, на месте, без дальнейшего поиска.

Источники:

1. Автоматизированные системы обработки информации и управления в экономике: Учебник / А.Б. Николаев, С.В. Алексахин, И.А. Кузнецов, В.Ю. Строганов; Под ред. А.Б. Николаева. -- М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 108 с.
2. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе. - М.: Дашков и К, 2008. – 94 с.
3. Азимов К.А., Арутюнян Г.С., Варламова Т.П., Васильева Н.А, Неганова Л.М., Сарафанова Е.В., Шаш Н.Н. большая экономическая энциклопедия - М.: печатное издателем «Эксмо», 2010. – 238 с.