

УДК: 004.9

АНАЛИЗ ЦИФРОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Ярославкин, Е.А., Негребецкая, В.И.

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», колледж коммерции, технологий и сервиса, Россия, Курск, e-mail: yaroslavkin01@mail.ru, violetta-negrebe1@mail.ru

Правительством РФ утверждена стратегия развития туризма в России до 2035 г., важным направлением в которой указано развитие цифровых технологий. В статье рассмотрены возможности цифровых технологий, применяемых предприятиями сервиса и туризма для повышения качества обслуживания клиентов.

Ключевые слова: предприятия сервиса и туризма, цифровизация туризма, цифровая активность, компьютерные технологии, Стратегия развития туризма в России до 2035 г., цифровые технологии, искусственный интеллект, диджитал-обслуживание, анализ поведения клиентов, виртуальные помощники, блокчейн, технологии дополненной реальности, дроны-курьеры.

ANALYSIS OF DIGITAL ACTIVITY OF SERVICE AND TOURISM ENTERPRISES

Yaroslavky, E. A., Negrebetsky, V. I.

Kursk state University, College of Commerce, technology and service, Kursk, Russia, e-mail: yaroslavkin01@mail.ru, violetta-negrebe1@mail.ru

The government of the Russian Federation has approved a strategy for the development of tourism in Russia until 2035, an important direction in which the development of digital technologies is indicated. The article considers the possibilities of digital technologies used by service and tourism enterprises to improve the quality of customer service.

Keywords: service and tourism enterprises, digitalization of tourism, digital activity, computer technologies, tourism development Strategy in Russia until 2035, digital technologies, artificial intelligence, digital service, customer behavior analysis, virtual assistants, blockchain, augmented reality technologies, courier drones.

Развитие сферы услуг в настоящее время происходит в жестких рыночных условиях, где обостряется конкурентная борьба между производителями услуг, а ее условия заставляют предприятия прилагать максимальные усилия для удержания стабильных позиций на рынке. В условиях трансформации экономики и переходу ее к цифровой,

предприятиям сервиса и туризма выжить на рынке без внедрения новых форм хозяйственной деятельности, маркетинговых исследований, инноваций, высокого научно-технического уровня производства, использования современных высоких технологий невозможно. Рассчитывать на универсальность спроса становится все сложнее: рынок услуг требует целевой сегментации, что способствует соответствующему оснащению предприятий материально-технической базой, оборудованием, инвентарем и внедрению эффективных технологий.

Предприятия сервиса и туризма осуществляют производство услуг на основании использования целого ряда технологий, необходимых в деятельности предприятия социально-культурного сервиса и туризма: маркетинговых исследований, рекламной деятельности, участия в выставочных мероприятиях, систематического обучения и повышения квалификации кадров, тренингов, послепродажного обслуживания, системного анализа, планирования, финансового менеджмента.

Основным фактором динамизма предприятия является научно-технический прогресс, коренным образом меняющий представления о сфере услуг. Информационные технологии и компьютерная техника позволяют радикально преобразовать материально-техническую базу путем внедрения в рабочие процессы технологического оборудования и, формируя новые черты экономической политики предприятия. С их помощью формируется новая модель многих видов услуг, изменяется их содержание: исчезают временные и географические барьеры между производителем и потребителем, осуществляются торговые, финансовые, деловые, информационные операции в режиме реального времени [3].

Компьютерные технологии стали движущей силой производства. Они ускорили распространение многих других технологий, эффективность которых напрямую зависит от компьютеров. С их помощью появилась возможность моделировать ситуации, заниматься точным анализом и учетом, широко использовать системы управления. Например, компьютерные системы по управлению гостиницами позволяют последним приблизиться к мировым стандартам обслуживания, обеспечить реальную безопасность проживающих и выходить с предложениями гостиничного продукта на международный уровень.

Ноу-хау, унифицированные разработки, автоматизация и модернизация производственных процессов, современное оснащение, электроника дают возможность производству выйти на новый качественный виток в обслуживании клиентов, повышать жизненный уровень населения, расширять государственные социальные программы, полнее учитывать интересы и пожелания клиентов. А также, облегчается доступ к услугам, создаются удобства в их потреблении. Поистине переворотом в сфере услуг стало электронное бронирование и резервирование мест в гостиницах, в ресторанах, в самолетах.

Распространенное применение компьютеров в сфере туризма позволило оптимизировать процесс составления туров по индивидуальным заказам, внедрять прикладные программы управления турфирмой.

Правительство утвердило стратегию развития туризма в России до 2035 года — важным направлением в документе названо развитие цифровых технологий.

Среди «важнейших цифровых решений» правительство выделило [4]:

- создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта Российской Федерации;

- внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, с целью повышения доступности, качества и привлекательности туристских услуг, роста эффективности использования туристских ресурсов;

- разработку и реализацию электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах Российской Федерации (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы);

- предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг, создание рейтинга туристских услуг и объектов по туристским территориям Российской Федерации;

- обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.;

- создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.) для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности использования туристских ресурсов;

- развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий для развития новых видов туристских услуг;

- внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных, а также развитие системы продвижения туристских услуг,

формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.;

- развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;

- создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы);

- разработку мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов.

Цифровые технологии в сфере туризма включают перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму; обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме; интеграцию государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации, использование цифровых решений для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма.

Цифровизацию туризма можно поделить на внешнюю и внутреннюю. В первом случае речь идет о планомерном переводе коммуникаций с клиентом в цифровую среду: у людей больше нет времени на личные встречи с турагентами для обсуждения вариантов отдыха. Зачастую страна и отель уже выбраны — мы научились искать информацию в сети самостоятельно. Поэтому остается найти точку соприкосновения с туроператором, которой обычно становится его сайт [5].

На сайте пользователя тоже не оставят наедине с вопросами: к общению сразу же подключается сотрудник в чате или чат-бот. Определяющими моментами здесь являются оперативность реакции и эффективность решения вопроса клиента.

Онлайн-продажи продолжают расти в 2010 г., причем для них есть два направления. Во-первых, люди покупают отдельно билеты и отели, составляя себе путешествие самостоятельно. Во-вторых, туристические агентства тоже выходят в онлайн, продвигая собственные укомплектованные туры.

У туроператора на онлайн-продаже работа с клиентом не прекращается. Цифровые технологии дают возможность заниматься пост-поддержкой, то есть сопровождением и получением обратной связи. Путешествие клиента отслеживается на всех этапах, по возможности получаем от него оценку предоставляемого сервиса по разным позициям.

Внутри компаний будет продолжаться тенденция на развитие CRM-систем, автоматических инструментов для постановки задач и планирования. При правильном применении их внедрение станет фактором повышения конкурентоспособности организации. Автоматизирующий работу инструментарий высвобождает для руководящего звена главный ресурс — свободное время. Оно тратится на изучение новых технологий ведения бизнеса или освоение параллельных ниш. Второй момент особенно важен в динамически меняющихся условиях, когда процент самостоятельных туристов увеличивается, и туристическим компаниям для выживания приходится все больше заниматься поиском новых источников дохода.

Следует выделить следующие цифровые технологии, планируемые к использованию предприятиями сервиса и туризма:

Искусственный интеллект и диджитал-обслуживание. Исследование Booking.com показало, что треть аудитории мировых путешественников заинтересована в помощи искусственного интеллекта в планировании поездок. Люди оставляют о себе много информации в сети через запросы в поисковиках, раскрывают предпочтения, показывая наиболее удобные способы оплаты и объем запланированных на отдых затрат. 50% респондентов оказалось не важно, кто помогает в планировании поездки — живой оператор или чат-бот. Если сервис выбора тура или бронирования отеля предложит подходящий вариант, то вероятность его приобретения значительно повышается. Крупные онлайн-сервисы продолжают развивать собственный ИИ, их опыт постепенно подхватывают и более мелкие игроки [6].

Отдельные сети внедряют в рамках цифровизации собственные продукты. Например, к 2020 г. станет понятно, насколько эффективна тестируемая технология HiltonHonors: это приложение, в котором гость выбирает номер, оплачивает его и полностью адаптирует проживание под собственные потребности.

Анализ поведения клиентов в сети или в офлайн-режиме в прошлом, может помочь туристическим компаниям выбрать наиболее эффективные способы и каналы для их использования в будущем, позволяя туристическим брендам создавать дополнительную ценность для клиентов с помощью индивидуальных предложений, основанных на их предпочтениях. Инструменты машинного обучения, такие как обработка естественного языка (НЛП), в сочетании с прогностической аналитикой и алгоритмами глубокого обучения, могут анализировать действия клиента в интернете, используя нетрадиционные источники данных, например, социальные сети. Любое изображение или публикация пользователя, такое как share на Facebook или Instagram, или страницы, которые он

посещает, может предоставить информацию об интересах клиента. Используя такие способы, компания может разработать соответствующее предложение для клиента [2].

Использование таких решений может превратить новых пользователей в постоянных клиентов, показывая заказчику его ценность в виде уникального предложения перед покупкой, а также превосходное обслуживание после.

Например, OTA может отправлять путешественникам индивидуальные предложения каких-либо мероприятий во время поездки на основе изучения профиля клиента, его предпочтений и данных о местоположении. Огромное количество OTAs и туристических платформ используют чат-боты, чтобы помочь клиенту осуществить предварительную покупку, предоставляя ему ряд пакетов и предложений.

Виртуальные помощники, такие как Google Assistant, Amazon Alexa и Siri от Apple, могут выполнять задачи для отдельного человека через голосовые, графические или текстовые вводы. Очень велика вероятность того, что в не ближайшем будущем ваш виртуальный помощник сможет самостоятельно отсканировать ваш календарь, чтобы определить события, для которых потребуются планы поездок и бронирование авиабилетов, исходя из ваших предпочтений и прошлой информации о бронировании. Вскоре, влияние таких технологий на туристическую отрасль будет значительным, они станут единственными посредниками между путешественниками и поставщиками услуг.

Также формой цифровизации туризма является технология блокчейн. Названная технология предполагает нахождение данных о покупках туристских услуг в едином цифровом пространстве, что способно помочь каждому из участников процесса оказания услуг по реализации туристского продукта ориентироваться на реальные сведения о потребителях и предугадывать их потребности, персонализируя рекламные предложения. В качестве примера можно привести авиакомпанию Lufthansa, которая уже начала сотрудничество с блокчейн-стартапом WindingTree в целях внедрения и оценки эффективности децентрализованных приложений для самостоятельных путешествий.

Использование технологии дополненной реальности. Для стимулирования покупок путешествий (эффект присутствия в номере отеля, а также демонстрации окружения и местных услуг с помощью гарнитуры виртуальной реальности). Также виртуальную и дополненную реальность, в том числе, и с тактильными ощущениями могут реализовывать цифровые консьержи для выдачи рекомендаций клиенту по различным вопросам и видам отдыха (например, предоставить клиенту возможность плавания под водой с аквалангом с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности) [1].

Использование дронов-курьеров. Для доставки заказов клиента, автономных чемоданов, а также роботов-портъё, которые будут следовать за клиентом и выполнять его поручения.

Завершая, следует отметить, для предприятий сервиса и туризма становится жизненно важным обеспечить быструю и эффективную доставку продуктов и услуг, а также максимально удобный опыт осуществления операций как по цифровым, так и не цифровым каналам для «приобретения» новых клиентов. На сегодняшний день, компании, инвестирующие в расширение своих технологических возможностей, делают это, в первую очередь, для обеспечения первоклассного предоставления услуг потребителям и уже потом для возможности конкурирования на рынке туристического бизнеса.

Список литературы:

1. Попов, А. Цифровизация в сфере туризма: 8 технологий для отеля [Электронный ресурс] / URL: <https://welcometimes.ru/opinions/cifrovizaciya-v-sfere-turizma-8-tehnologiy-dlya-otelya> (дата обращения: 27.01.2020).
2. Правительство дало указание на развитие цифровых технологий в сфере туризма [Электронный ресурс] / URL: <http://d-russia.ru/pravitelstvo-dalo-ukazanie-na-razvitiie-tsifrovyyh-tehnologij-v-sfere-turizma.html> (дата обращения: 27.01.2020).
3. Предприятия социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] / URL: https://vuzlit.ru/376155/predpriyatiya_sotsialno_kulturnogo_servisa_turizma (дата обращения: 27.01.2020).
4. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (дата обращения: 27.01.2020).
5. Цифровая трансформация в туризме: тренды 2020 [Электронный ресурс] / URL: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovayaa-transformaciya-v-turizme-trendy-2020> (дата обращения: 27.01.2020).
6. Цифровой туризм: как технологии повлияют на туристическую отрасль в будущем [Электронный ресурс] / URL: <http://mice-tv.ru/technology/tsifrovoj-turizm-kak-tehnologii-povliyayut-na-turisticheskuyu-otrasl-v-budushhem/>