

Морозов М.А., Морозов М.М. Цифровые коммуникации как инструмент...

8. Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_162202.pdf (date of the application: 28.02.2019).

9. Influence of Social Media on Profitability of Hospitality Organisations. URL: <https://research-methodology.net/influence-of-social-media-on-profitability-of-hospitality-organisations/> (date of the application: 28.02.2019).

10. OECD Tourism Trends and Policies 2016. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016_tour-2016-en (date of the application: 28.02.2019).

DOI: 10.25586/RNUV9276.19.02.P.069

УДК 004.9; 379.85

М.А. Морозов, М.М. Морозов

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ
ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО
ПРОСТРАНСТВА В ТУРИЗМЕ

Рассматриваются вопросы использования цифровых коммуникаций в сфере туризма, показывается необходимость создания информационного комфорта туристов за счет формирования единого информационного пространства в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, цифровые коммуникации, информационный комфорт туриста, единое информационное пространство в туризме.

M.A. Morozov, M.M. Morozov

DIGITAL COMMUNICATIONS AS A TOOL FOR THE FORMATION
OF A SINGLE INFORMATION SPACE IN TOURISM

Considers the use of digital communications in the field of tourism, shows the need to create informational comfort of tourists through the formation of a single information space in the field of tourism.

Keywords: tourism, digital technologies, digital communications, tourist information comfort, a single information space in tourism.

Туризм является одной из наиболее информационно насыщенных сфер экономической деятельности, в которой всегда присутствует тесный информационный контакт всех участников туристского рынка, начиная от поставщиков туристских услуг и заканчивая конечными потребителями – туристами. Несколько десятилетий назад такие информационные технологии, как Интернет, и построенные на его осно-

ве системы бронирования быстро и кардинально изменили многие бизнес-процессы в индустрии туризма [2; 3].

Широкое распространение в туризме получили различные мобильные сервисы, предоставляющие возможность бронирования авиабилетов (Skyscanner, Aviasales, Oktogo.net и др.), размещения (Booking.com, Airbnb, Hotels.com и др.), проката автомобилей (Uber, Sixt и др.), получе-

ния картографической и географической информации (Google maps, nakarte.me, maps.me, автомобильная навигация Sygic GPS и др.) [1]. Широко известны путеводители и аудиогиды (TourCaster, World Explorer и др.), справочные сервисы с отзывами и советами путешественников (TripAdvisor, Tagwhat и др.), мессенджеры (WhatsApp, Viber, Skype и др.).

Для предприятий индустрии туризма мобильные приложения обеспечивают эффективный информационно-коммуникационный интерфейс с потребителями, персонализированный подход к каждому потребителю туристских услуг, возможность получения уникальной маркетинговой информации о целевой аудитории. Многие туристские компании создают и используют собственные мобильные приложения.

По результатам проведенного в 2017 г. исследования компании Travelport установлено, что наибольший уровень проникновения смартфонов, стационарных и мобильных телефонов для доступа в Интернет зафиксирован в следующих странах: Индии, Китае, Индонезии, Бразилии, Саудовской Аравии, Мексике и др. Россия находится на 14-м месте. В результате исследования было опрошено более 11 000 респондентов из 19 стран, которые совершили не менее одной туристской поездки в предыдущем году. Опрос российских путешественников показал, что они также активно используют цифровые коммуникации:

- 80% российских туристов предварительно изучали информацию о дестинации при выборе маршрута путешествия;
- 69% туристов хотят получать максимально возможный объем информации о дестинации, в которую они приехали, в процессе путешествия;
- 61% путешественников стараются найти гостиницу с бесплатным Wi-Fi-доступом в Интернет;

- 45% туристов выбирают отель, исходя из информации, полученной с помощью цифровых коммуникаций;

- 86% туристов рассматривали наличие постоянной мобильной связи как ключевое условие информационного комфорта;

- 75% туристов оставили свои отзывы на обзорных сайтах;

- 37% туристов во время путешествия использовали мобильные сервисы [4].

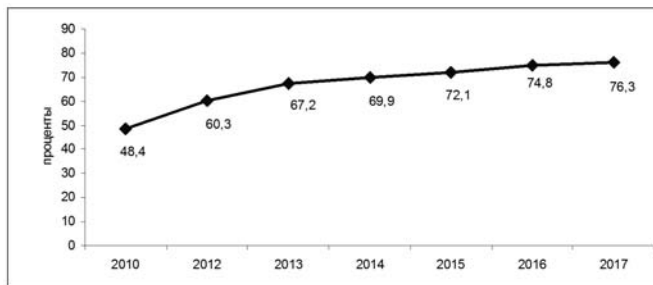
В эпоху четвертой промышленной революции основное поле конкурентной борьбы перемещается в сферу цифровых технологий, независимо от профиля деятельности компании. Цифровая экономика формирует принципиально новые условия для ведения бизнеса. В условиях цифровой экономики основными активами становится информация и возможность генерации новых знаний, а также человеческий капитал. Таким образом, цифровые данные и кадры рассматриваются как основные факторы экономического развития, и именно они будут формировать конкурентные преимущества в туризме.

Цифровая экономика базируется на цифровой инфраструктуре, которая представляет собой комплекс технологий и инфраструктурных элементов, обеспечивающих вычислительные, телекоммуникационные, сетевые потребности бизнеса. Информационная инфраструктура туристского бизнеса обеспечивает формирование, функционирование и развитие информационной бизнес-среды и средств информационного взаимодействия всех субъектов туристской деятельности на мега-, макро-, мезо- и микроуровне, тем самым обеспечивая формирование единого информационного пространства в туризме. Основными компонентами информационной структуры являются информационные ресурсы и цифровые коммуникации.

Уровень развития информационно-коммуникационных технологий непосредственно влияет на все аспекты организации цифрового бизнеса и цифровых коммуникаций в сфере туризма. Состояние информационного сопровождения туристского бизнеса становится ключевым фактором его развития, а конкурентные преимущества будут иметь туристские компании, которые смогут быстрее внедрить циф-

ровые инновации и адаптироваться к новым требованиям ведения цифрового бизнеса. В связи с этим целесообразно рассмотреть состояние российского сектора информационно-коммуникационных технологий и обеспечение доступа населения в Интернет.

На рисунке показана динамика доступа домохозяйств Российской Федерации в Интернет с 2010 по 2017 г.



Доступ домохозяйств Российской Федерации в Интернет, % от общего числа домохозяйств (см.: [6])

Современные требования туристского обслуживания предусматривают поддержание коммуникации с потребителем-туристом не только в момент продажи туристского продукта, но и на протяжении всего путешествия. Установление и поддержание цифровой коммуникации со своим потребителем становится нормой обслуживания во всех сферах деятельности.

Современный путешественник особо ценит информационный комфорт, который можно определить как обеспечение постоянного онлайн-доступа к актуальной информации по всем аспектам путешествия, включая информацию о рейсах, средствах размещения, экскурсиях, аренде автомобилей, курсах валют, отзывах туристов и пр. Если речь идет о самостоятельных туристах, то такой информационный комфорт они обеспечивают себе самостоятельно, заранее формируя необходимую

информационную базу о путешествии. Организованному туризму обеспечить максимальный информационный комфорт должна туристская компания, предоставив возможность получения необходимой информации из различных источников, включая сайт компании, мобильное приложение, онлайн-помощь менеджера и т.д. При этом надо учитывать, что мобильные технологии становятся преобладающими цифровыми коммуникациями. По данным компании Travelport, в 2018 г. более 55% российских пользователей выходили в Интернет со смартфонов [5].

Следует отметить, что цифровые технологии приводят к трансформациям человеческого поведения, особенно это касается так называемого поколения миллениалов, которые начинают активно путешествовать. Появился новый термин «электронный кочевник», который не может обо-

даться без мобильных устройств и доступа в Интернет. Он активно использует разнообразные цифровые коммуникации, включая голосовой поиск [7]. Туристский бизнес должен стремиться удовлетворить информационные потребности такого путешественника, создавая необходимую инфраструктуру.

Литература

1. Морозов М.А., Морозова Н.С. Влияние мобильных приложений на развитие туристской индустрии // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4 (36). С. 17–19.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. 6-е изд., перераб. М.: Академия, 2008.
3. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в туристской индустрии. М.: КноРус, 2016. 276 с.
4. Опрос цифровых путешественников России. URL: https://img06.en25.com/Web/Travelport/%7B1280675f-608f-4225-a59e-b28c70b261d3%7D_Travelport_The_Russian_Digital_Traveler_Research.pdf (дата обращения: 28.02.2019).
5. Технологические тренды в индустрии путешествий. URL: <https://www.tourbc.ru/daydzhest/813-tekhnologicheskie-trendy-v-industrii-puteshestvij.html> (дата обращения: 28.02.2019).
6. Цифровая экономика Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html (дата обращения: 28.02.2019).
7. Яковлева Е.Л., Селиверстова Н.С., Григорьева О.В. Концепция электронного кочевника: риски развития цифровой экономики // Актуальные проблемы экономики и права. 2017. Т. 11, № 4. С. 226–241.

Literatura

1. Morozov M.A., Morozova N.S. Vliyanie mobil'nykh prilozhenij na razvitie turistskoj industrii // Vestnik Natsional'noj akademii turizma. 2015. № 4 (36). S. 17–19.
2. Morozov M.A., Morozova N.S. Informatsionnye tekhnologii v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme. Orgtekhnika. 6-e izd., pererab. M.: Akademiya, 2008.
3. Morozov M.A., Morozova N.S. Informatsionnye tekhnologii v turistskoj industrii. M.: KnoRus, 2016. 276 s.
4. Opros tsifrovyykh puteshestvennikov Rossii. URL: https://img06.en25.com/Web/Travelport/%7B1280675f-608f-4225-a59e-b28c70b261d3%7D_Travelport_The_Russian_Digital_Traveler_Research.pdf (data obrashcheniya: 28.02.2019).
5. Tekhnologicheskie trendy v industrii puteshestvij. URL: <https://www.tourbc.ru/daydzhest/813-tekhnologicheskie-trendy-v-industrii-puteshestvij.html> (data obrashcheniya: 28.02.2019).
6. Tsifrovaya ekonomika Rossijskoj Federatsii // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html (data obrashcheniya: 28.02.2019).
7. Yakovleva E.L., Seliverstova N.S., Grigor'eva O.V. Kontseptsiya elektronno go kochevnika: risiki razvitiya tsifrovoy ekonomiki // Aktual'nye problemy ekonomiki i prava. 2017. T. 11, № 4. S. 226–241.