

Применение новых цифровых технологий в туристической сфере

Е.М. Елова

Белорусский национальный технический университет

e-mail: zheneva@list.ru

Today the degree of digitalization in all spheres of society is growing steadily including the field of tourism. The meaning of using digital technologies in tourism boils down to simplifying access to services, reducing the time spent searching for them by various parameters and minimizing costs, increasing sales, brand awareness and creating certain trends related to the activities of a company or organization.

Сегодня происходит глобальная смена потребительского поведения с переориентацией на онлайн. Так, в отчете об электронной коммерции ЕС за 2020 год подчеркивается, что покупатели в возрастной группе от 25 до 54 лет чаще всего покупали туры в Интернете (57 %). При этом анализ по европейским странам показал разный уровень развития онлайн-услуг: в Британии цифровизация туризма составляет более 90 %, в Румынии — менее 30 % [1].

Вместе с тем заметим, что интенсивное развитие цифровых технологий актуализирует круг проблем, связанных с социальным контролем, манипулированием предпочтениями потребителей. Также возможны риски, связанные с нарушением правил кибербезопасности потребителей.

Кроме того, с наступлением первой и второй волн пандемии «Ковид-19» туристической индустрии придется быстро приспосабливаться к новой реальности. Так, под влиянием пандемии вырастет спрос на технологии создания «безопасной» среды. Организация процессов и пространств в отелях, транспортных хабах – аэропортах, железнодорожных и автовокзалах – будет полностью перестроена таким образом, чтобы, во-первых, избежать контактов человека с другим человеком и человека с поверхностью, а во-вторых, если контакт все-таки неизбежен, обеспечить максимальную санитарную безопасность.

Что касается выбора наиболее перспективных технологий, которые будут востребованы в ближайшие годы, то разные участники туристической отрасли сходятся в едином – это big data и аналитика, технологии для сокращения негативного влияния на окружающую среду, мобильные приложения и платформы. Среди наиболее востребованных и актуальных цифровых технологий можно выделить следующие:

1) большие данные, предиктивная аналитика и искусственный интеллект (далее – ИИ). Тренд на гибкость и персонализацию пользовательского опыта станет драйвером развития решений, позволяющих компаниям прогнозировать спрос на отдельные направления и предлагать клиентам поездки, максимально отвечающие их предпочтениям и образу жизни;

2) «умные» провайдеры услуг. Большую роль в эффективном управлении организациями (отелями, аэропортами) и отдельными процессами (взаимодействием с клиентом, маркетингом и т.п.) будут играть платформенные решения,

автоматизирующие деятельность и позволяющие быстро принимать решения: вовремя устранять неполадки, перенаправлять потоки посетителей, работать с регистрациями и бронированием. Такие облачные системы позволят управлять этими объектами дистанционно. Кроме того, будет расти спрос на платформы страхования, позволяющие персонализировать и автоматизировать процесс получения услуги;

3) бум «бесконтактных» технологий, таких, как:

– системы распознавания и биометрической идентификации (по сетчатке глаза, отпечаткам пальцев и т. п.) будут использоваться для бесконтактного открывания дверей, оплаты билетов, регистрации на рейс, мероприятие или в гостинице и позволят сократить время получения услуги.

– бесконтактные системы измерения температуры для распознавания людей с повышенной температурой тела, которая может указывать на наличие заболеваний;

– голосовые помощники на основе технологий ИИ, машинного обучения и распознавания голоса помогают в выполнении рутинных задач (например, ответы на звонки клиентов в колл-центрах). Под влиянием пандемии активно обсуждается их применение в общественных местах, например, в банках, магазинах, для получения услуг и уменьшения количества контактов;

4) решения для дезинфекции помещений и пространств, такие как: беспилотники и роботы-дезинфекторы, оснащенные резервуарами с дезинфекторами или УФ-лампами; устройства и оборудование на основе светодиодов, а также жидкостей и веществ для дезинфекции помещений, людей на вокзалах, в поездах и иных местах массового скопления людей;

5) VR- / AR- решения. Решения на основе виртуальной реальности эффективно работают в отрасли туризма и гостеприимства, так как позволяют симулировать опыт путешествия и тем самым привлечь большее количество пользователей. Возможность увидеть будущий отель или часть экскурсии помогает путешественникам сделать свой выбор, а отелям и туроператорам повысить привлекательность своих продуктов. VR-решения могут применяться как для продвижения отдельных объектов и туров, так и целых территорий;

6) цифровые гиды. Цифровые гиды отвечают сразу двум перспективным трендам туристической индустрии: рост запроса на безопасность и персонализацию опыта [2].

В качестве итога отметим, что применение новейших цифровых технологий позволяет представителям туристической отрасли разработать комплексный набор туристических услуг, в первую очередь, персонализированных. Ведь использование цифровых технологий позволяет туристическим компаниям предложить нечто большее, чем просто поездку. Не случайно ряд ученых называют данный этап эволюции туристического бизнеса как «Дистрибуция 4.0» — воплощение в жизнь принципов Четвертой промышленной революции в индустрии туризма.

Список использованных источников:

1. Пять трендов индустрии туризма в 2021 году [Электронный ресурс] // Электронный журнал ООО «Сноб Медиа». – Режим доступа: <https://snob.ru/entry/200532/>. – Дата доступа: 17.12.2020.

2. Перспективные технологические решения [Электронный ресурс] // Доклад по туризму ГБУ «Агентство инноваций Москвы». – Режим доступа: https://innoagency.ru/files/Tourism_Prognoz_Covid19.pdf. – Дата доступа: 17.12.2020.