

Дорошенко М.А.,
студентка ИГиП ТюмГУ,
направления «Юриспруденция»
магистерской программы «Магистр права»¹

УДК 346.7

ЦИФРОВИЗАЦИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Аннотация. Научная статья посвящена исследованию внедрению цифровых технологий в туристическую отрасль. Освещено понятие «цифровые технологии», «цифровизация». Отмечается, что в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией в мире, и в том числе, в Российской Федерации, вызванной новой коронавирусной инфекцией (COVID-19), цифровизация должна способствовать восстановлению и дальнейшему развитию сферы туристских услуг.

В настоящее время современный туристский рынок обретает все более глобальный характер, используя, в том числе, возможности цифровых технологий и инноваций.

На современном рынке туристских услуг взаимодействуют различные субъекты, среди которых: юридические и физические лица, а также публично-правовые образования.

Повсеместное проникновение в современное общество цифровых технологий, появление новейших цифровых инноваций, оказывает непосредственное влияние на качество туристского обслуживания и оптимизацию развития рынка туристских услуг, что особо актуально, в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией, вызванной вспышкой новой коронавирусной инфекцией (COVID-19).

¹ Научный руководитель: И.Е. Отческий, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин ИГиП ТюмГУ, кандидат юридических наук, доцент

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, рынок туристских услуг, COVID-19, пандемия, интернет

В настоящее время современный туристский рынок обретает все более глобальный характер, используя, в том числе, возможности цифровых технологий и инноваций.

Прежде всего, необходимо обратиться к определению понятия «цифровые технологии» и «цифровизация».

Под цифровыми технологиями Н.В. Минина, Р.В. Карапетян, О.В. Вердюк понимают способы электронного хранения, передачи, обработки и дальнейшего использования значительных объемов информации множественного (разнопланового) характера¹.

Цифровизация, в свою очередь, представляет собой активное внедрение в сферы современного общества цифровых технологий (различные интернет – услуги, купля-продажа через интернет – магазины и др.)².

Как верно отмечает Т.В. Черевичко, Т.В. Темякова: «цифровизация туризма приобретает разнообразные формы проявления, к которым относятся и онлайн-покупка готовых туров, сформированных туроператорами, и разработка и внедрение мобильных приложений, предназначенных в том числе для туристов, цифровизация самостоятельных туров посредством создания онлайн-школ начинающих путешественников и др. В перспективе цифровизация туризма будет сопровождаться дальнейшим процессом вытеснения с туристского рынка традиционных компаний с оффлайн-офисами, развитием проектирования туров по параметрам, индивидуально заданным каждым конкретным клиентом»³.

¹ Человек труда в цифровой экономике: новые реалии и социальные вызовы / под ред. В.Н. Мининой, Р.В. Карапетяна, О.В. Вердюк. – СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. С. 185.

² Гендина Н.И. Информационная культура личности. В 2 частях. Ч. 1: Среды: учебное пособие для вузов / Н.И. Гендина, Е.В. Косолапова, В.А. Рябцева. 2-е изд. М.: Издательство Юрайт, 2021. С. 7.

³ Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. № 1. С. 62.

На современном этапе развития наблюдается внесение корректировок в различные сферы общественной жизни, в том числе, и в сферу туризма, что вызвано вспышкой новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

В современных реалиях одним из главных критериев, который оказывает непосредственное влияние на решение туриста о получении туристских услуг, является безопасность. В контексте безопасности бесконтактный документооборот и, соответственно, получение необходимых услуг, отвечает современным требованиям потребителей туристских услуг.

Таким образом, цифровизация обеспечивает выполнение главной задачи, в контексте безопасности – бесконтактный документооборот и получение необходимых услуг, в соответствии с запросами потребителя.

Нельзя не отметить и то, что в свете пандемии COVID-19 на рынке туристских услуг наблюдается высокая конкуренция.

Одной из первостепенных задач для развития внутреннего и въездного туризма выступает создание эффективных решений и путей развития в современных реалиях, которые позволят объединить субъектов рынка туристских услуг и обеспечить их эффективное взаимодействие на цифровой платформе.

Внедрение цифровых технологий на рынке туристских услуг – это ответ на изменяющиеся, в связи с пандемией COVID-19, запросы туристов, и, более того, развитие всех сфер общественной жизни.

Особого внимания заслуживает инициатива Ассоциация участников рынка больших данных (АБД) о создании сервиса для анализа действий потребителей туристских услуг (туристов) в регионах Российской Федерации¹.

Посредством обезличенных персональных данных от телекоммуникационных организаций, различных кредитных организаций, транспортных организаций, туроператоров, социальных сетей и интернет-

¹ Стригин А. Туристов и инфраструктуру для них изучат с помощью анализа данных // Российская газета: сайт. – URL: <https://rg.ru/2021/04/13/reg-szfo/turistov-i-infrastrukturu-dlia-nih-izuchat-s-pomoshchiu-analiza-dannyh.html> (дата обращения: 21.10.2021).

сайтов, на которых содержатся отзывы, АБД планирует выявлять современные потребности и требования туристов в регионах Российской Федерации.

Цифровизация – это неоспоримый фактор, который в настоящее время влияет на развитие услуг сферы туризма и гостеприимства. В контексте пандемии возникает объективная необходимость наличия цифровой платформы по организации и продвижению туристских услуг: интернет-сайты, мобильные приложения и т.д. Вместе с тем, нельзя отметить выполнение данной задачи в полной мере. Однако современный рынок туристских услуг развивается именно в контексте цифровой трансформации.

Так, в 2019 г. Правительство Российской Федерации утвердило Стратегию развития туризма в России до 2035 года¹ – важным направлением в документе названо развитие цифровых технологий.

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.

В Москве за 2020 г. на рынке туристских услуг было выпущены несколько цифровых продуктов, в том числе и цифровой туристический сервис «RusPass»².

¹ Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. № 39. Ст. 5460.

² Бабкин С. Турбаза данных. Заработал сервис путешествий по России RusPass // Российская газета: сайт. – URL: <https://rg.ru/2020/07/20/reg-cfo/zarabotal-servis-puteshestvij-po-rossii-ruspass.html> (дата обращения: 21.10.2021).

Так, в 2020 году Тюменская область подписала соглашение о сотрудничестве с данным цифровым туристическим сервисом.

Сервис «RusPass» позволяет туристам спланировать путешествие на территории Российской Федерации: составить индивидуальный маршрут, исходя из требований, что особо актуально в современных реалиях, либо воспользоваться специальным предложением.

В настоящее время на сервисе «RusPass» представлено более 20 предложений на территории Тюменской области. Так, например, туристический маршрут «Черное золото Сибири» представляет собой уникальный промышленный маршрут, который позволит туристу окунуться в атмосферу нефтяной сферы¹.

Сервис «RusPass», безусловно, будет способствовать оказанию помощи регионам в предоставлении туристских услуг в современном онлайн-формате, что, в свою очередь, положительно повлияет на продвижение бренда региона, и, в том числе, развитию внутреннего туризма.

Нельзя не отметить, что в свете пандемии наблюдается рост онлайн-продаж, что обусловлено тем, что в 2020 г. единственным каналом для купли-продажи услуг являлся электронный формат.

Таким образом, цифровизация приводит к развитию рынка туристских услуг, исходя из следующих аспектов:

Во-первых, предоставление туристам возможности осуществить покупку услуги в онлайн-формате, что, в свою очередь, обуславливает рост продаж. Так, среди представителей молодого поколения практически не наблюдается совершение покупок посредством касс или агентств. Соответственно возможность осуществить покупку услуги в онлайн-формате, соответствует современным требованиям молодого поколения.

Во-вторых, благодаря цифровизации появилась возможность онлайн-бронирования. Например, аренда апартаментов осуществляется посредством

¹ Туристический маршрут Нефтяника «Черное золото Сибири» // Visit Tyumen: сайт. – URL: <https://visittyumen.ru/ekskursii/turisticheskiy-marshrut-neftyanika-chyerno-zoloto-sibiri/> (дата обращения: 21.10.2021).

онлайн-сервисов. Бронирование авиа – и железнодорожных билетов также представляется возможным в онлайн-режиме.

Таким образом, повсеместное проникновение в современное общество цифровых технологий, появление новейших цифровых инноваций, оказывает непосредственное влияние на качество туристского обслуживания и оптимизацию развития рынка туристских услуг, что особо актуально, в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией, вызванной вспышкой новой коронавирусной инфекцией (COVID-19).

Цифровизация – это неоспоримый фактор, который в настоящее время влияет на развитие услуг сферы туризма и гостеприимства. В контексте пандемии возникает объективная необходимость наличия цифровой платформы по организации и продвижению туристских услуг: интернет-сайты, мобильные приложения и т.д. Вместе с тем, нельзя отметить выполнение данной задачи в полной мере.

В связи с чем, первостепенное внимание необходимо уделять, прежде всего, повышению информационной грамотности российских граждан, а также повышению туристической привлекательности малых и средних городов. Для решения указанной проблемы целесообразно создание отдельного нормативно-правового акта, предусматривающего модернизацию и цифровизацию туризма малых (исторических) и средних городов.

Список литературы

1. Гендина Н.И. Информационная культура личности. В 2 частях. Ч. 1: Среды: учебное пособие для вузов / Н.И. Гендина, Е.В. Косолапова, В.А. Рябцева. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 356 с.
2. Человек труда в цифровой экономике: новые реалии и социальные вызовы / под ред. В.Н. Мининой, Р.В. Карапетяна, О.В. Вердюк. – СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2021. – 284 с.

3. Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. – 2019. – № 1. – С. 59-64.

4. Бабкин С. Турбаза данных. Заработал сервис путешествий по России RusPass // Российская газета: сайт. – URL: <https://rg.ru/2020/07/20/reg-szfo/zarabotal-servis-puteshestvij-po-rossii-ruspass.html> (дата обращения: 21.10.2021).

5. Стригин А. Туристов и инфраструктуру для них изучат с помощью анализа данных // Российская газета: сайт. – URL: <https://rg.ru/2021/04/13/reg-szfo/turistov-i-infrastrukturu-dlia-nih-izuchat-s-pomoshchiu-analiza-dannyh.html> (дата обращения: 21.10.2021).

6. Туристический маршрут Нефтяника «Черное золото Сибири» // Visit Tyumen: сайт. – URL: <https://visittyumen.ru/ekskursii/turisticheskiy-marshrut-neftyanika-chyernoje-zoloto-sibiri/> (дата обращения: 21.10.2021).