

УДК 338.48

## **СПЕЦИФИКА ЦИФРОВЫХ ТРЕНДОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Мирзахметова А.Р., студент гр. 6408, IV курс

Научный руководитель: Нагматуллина Л.К., доцент

Казанский национальный исследовательский технический университет им.

А.Н. Туполева - КАИ

г. Казань

Проблематично представить современную жизнь без использования информационных технологий. Все сферы деятельности: здравоохранение, производство, туризм, спорт, экономика и другие, не обходятся без его использования, поскольку каждая область нуждается в переработке большого количества информации и в информационном обслуживании. Универсальным и оптимальным для обработки информации средством являются многофункциональные устройства, которые способны выполнять большой объем вычислений и использоваться как усилители интеллектуальных человеческих способностей. Информационные технологии дают возможность управлять большим количеством информационного массива с применением вычислительной техники. В настоящее время сфера туризма продолжает активно внедрять информационные технологии в свою деятельность.

Программное обеспечение реализовывает две важные стратегические задачи: программными продуктами могут пользоваться как производители туристических услуг, проявляющиеся в поиске надежных туроператоров, анализе предложений и выборе оптимальных предложений для клиентов по необходимым критериям, так и граждане, заинтересованные в приобретении туристических направлений. В настоящее время отмечается тенденция увеличения числа людей, предпочитающих автономное исследование туристических маршрутов. Данный подход основан на осмыслении обширного объема информации, что позволяет гражданам проводить анализ всех предложений на рынке и выявлять наиболее выгодные среди них [4. С.3]

Организацию современного путешествия сложно представить без использования цифровых платформ. Цифровой туризм осуществляет свое развитие в различных формах, одной из которых является онлайн покупка спроектированных туристическими компаниями туров. Одними из наиболее популярных примеров программных продуктов в сфере туризма являются поисковая система сети туристических бюро «Мой говорящий тур», Avianta, интернет-магазин туров Travelata.ru, Авиасейлс и др. Поисковые системы – это ресурсы, которые позволяют найти подходящие туры по предложению множества туроператорских организаций на основании заданных критериев, которые учитывают пожелания и личные предпочтения клиентов. Поисковая система предлагает поиск горячих туров и активное слежение за изменением

цен для того, чтобы не упустить момент совершения сделки с максимальной выгодой для потребителя.

Задача туристических фирм – предоставить достоверную, полную и актуальную информации об услугах, поскольку клиенты выбирают место для отдыха основываясь на информации, которой они располагают. В свою очередь, это повышает доверие и лояльность клиентов, способствуя росту продаж и заинтересованности потребителей.

Одной из современных форм цифровизации туризма является разработка мобильных приложений. При помощи мобильных приложений можно отслеживать выгодные сделки по покупке турпродукта, а также приобретать туры. Однако мобильные приложения не только основываются на подборе и продаже туров, также они являются незаменимыми помощниками в получении справочной информации о потенциально возможных местах для путешествий. Речь идет о таких приложениях как Яндекс Карты, Google Maps, которые предоставляют возможность самостоятельно выстраивать маршруты пеших путешествий, а также с использованием личного автомобиля или общественного транспорта [3. С. 1].

Интенсивная цифровизация туристической отрасли способствует увеличению количества самостоятельно осуществляемого планирования туристических поездок, реализуемого с помощью свободного доступа к интернет-ресурсам, не прибегая к помощи туроператоров и турагентств. Так, например, фактором, способствующим динамичному развитию внутреннего туризма, и в частности, такого его вида, как автомобильный туризм, является не только рост количества личного легкового автотранспорта у населения, но и возможность, используя средства современных информационных технологий, самостоятельно спланировать путешествие.

При планировании туристических маршрутов и разработке туров активно применяются средства цифровизации, которые обеспечивают туроператоров актуальной и полной информацией о разнообразных аспектах организации поездок, таких как варианты размещения, услуги питания, тарифы обслуживания, расписания транспортных средств, сотрудничество с туроператорами-партнерами, условия пребывания в населенных пунктах различных городов и стран. Обработка такого объемного массива данных требует затрат времени и ресурсов, поэтому крупные туроператоры активно используют специализированное программное обеспечение. Информационные технологии также широко применяются в процессе продажи туристических пакетов. Зачастую продажа туров проходит через цепочку посредников, что накладывает значимые требования на скорость и эффективность передачи продукта от производителя к конечному потребителю. Очевидно, что эффективность продажи туров тесно связана с оперативностью коммуникационных процессов, что обуславливает необходимость использования информационных технологий в данной сфере [5. С. 4].

Нельзя не отметить также роль программного обеспечения для автоматизации работы туроператоров и турагентств. Одним из популярных

программных комплексов на российском рынке является "Мастер-тур". Этот программный комплекс предназначен для автоматизации офисной работы туроператоров и предоставляет такие функции, как формирование турпродукта, оформление турпутевок, обмен сообщениями по электронной почте, печать необходимой документации, контроль выполнения тура и мониторинг оплаты, расчёт стоимости услуг в различных валютах, а также администрирование системы.

Для турагентства информационные технологии являются инструментом повышения скорости обслуживания клиентов. Использование оперативной связи с туроператорами позволяет отслеживать статус заявок в режиме реального времени. Информационные технологии применяются на всех этапах обслуживания, начиная от поиска потенциальных туристов, заканчивая сбором отзывов о поездках и отдыхе. Компьютерные системы предоставляют туристам возможность находить информацию о доступных услугах. Главным фактором, привлекающим посетителей на туристических сайтах, является возможность найти качественные туры по выгодным ценам. Влияние информационных технологий также распространяется и на другие предприятия сферы туризма. Гостиницы осуществляют продажу своих услуг через интернет и через глобальные системы бронирования для туроператоров и турагентов. Транспортные компании также ориентируются на продажу своих услуг через глобальные компьютерные сети. Компьютерные системы позволяют бронировать туры, номера в гостиницах, авиа и ж/д билеты, осуществлять заказы в ресторанах и аренду автомобилей.

Современные технологии бронирования оказывают значительное воздействие на эффективность деятельности туристических предприятий и упрощают процессы управления продажами туристических услуг. Увеличение спроса на туристические поездки играет ключевую роль в развитии онлайн-систем бронирования. В настоящее время многие путешественники стремятся посетить различные страны, привлекаемые информацией, представленной в сети интернет. Современные системы онлайн-бронирования не только обеспечивают возможность заказа гостиничного номера, покупки железнодорожных или авиабилетов, но и покупку дополнительных услуг, включая полный комплекс туристических продуктов. Таким образом, система онлайн-бронирования и резервирования служит важным каналом сбыта туристической продукции [2. С. 3].

Существуют различные системы поиска и бронирования туров. Некоторые из них представляют собой системы бронирования, созданные туроператорами, в то время как другие системы объединяют предложения нескольких туроператоров. На сайтах туроператоров можно оформить бронирование пакетных или индивидуальных туров, а также отправить запрос на бронирование. Онлайн-бронирование возможно только для турагентов, поскольку требуется авторизация. Туристам доступна информация о турах и список турагентств, сотрудничающих с туроператором, где можно приобрести интересующий тур. В некоторых случаях туристам предоставляется

возможность оформить бронирование по запросу. Системы бронирования, объединяющие предложения разных туроператоров, ориентированы как на туристов, так и на турагентов. Они предоставляют ряд функций, включая подбор тура по параметрам, сравнение туров по цене и просмотр информации об отелях. Следует отметить, что системы онлайн-бронирования отелей, экскурсий, автомобилей и других туристических услуг основаны на использовании интернет-технологий. Один из примеров таких систем - портал Horse21 для бронирования отелей. Эта система позволяет осуществлять бронирование и мгновенное подтверждение брони.

Таким образом, информационные технологии значительно улучшают эффективность управления в туристской индустрии при помощи повышения скорости и качества информационного обмена между участниками рынка, увеличения скорости обслуживания туристов и обработки большого объема информации, организованной в виде баз данных.

Туристические интернет-порталы — это крупные веб-сайты, предоставляющие посетителям множество услуг, таких как поиск туров, бронирование билетов, поиск отелей и т. д. Они содержат разнообразную информацию о туристической тематике и являются площадками для рекламы турфирм, способствуя продажам и привлечению клиентов. Порталы могут получать доходы от рекламы, платных размещений информации о турфирмах и их предложениях, а также комиссионные за заказы с сервера. Они предоставляют пользователям подробную информацию о местах отдыха, прогнозах погоды, расписаниях авиарейсов и поездов, информацию о визах, паспортах, полезные ссылки, советы и т. д. Таким образом, порталы являются посредниками между туристами и турфирмами, предоставляя информацию о различных предложениях туроператоров и упрощая поиск для конечных потребителей, не затрачивая на поиски нужной информации большого количества времени [1. С. 2].

Таким образом, рынок программных продуктов, демонстрирующий в современных условиях разнообразие, позволяет туристическим фирмам автоматизировать свою внутреннюю деятельность, активно использовать современные технологии для повышения эффективности работы и продвижения туристических продуктов, оптимизировать работу туристических предприятий, осуществлять ее на новом, более высоком уровне.

### **Список литературы:**

1. Зленко Д.Г. Использование информационных технологий в туризме // Научный вестник ЮИМ. 2021. №4. 4 с.
2. Лукина О.В., Гулиев Н.А. Современные техника и технология автоматизации деятельности туристских предприятий // ОНВ. 2010. №3 (93). 5 с.
3. Овсянкина Е.В. Глобальные Тренды Digital-технологий в сфере туризма и гостеприимства // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. №1. 7 с.

4. Саак А. Э., Пахомов Е. В. Исследование программных средств индустрии сервиса и туризма // Известия ЮФУ. Технические науки. 2006. №10. 6 с.
5. Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. №1. 6 с.