(cc) BY

Кожевникова Валерия Сергеевна
студентка
Научный руководитель
Беилин Игорь Леонидович
канд. экон. наук, канд., доцент
Казанский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»
г. Казань, Республика Татарстан

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Аннотация*: в статье рассматривается тема внедрения современных технологий в туристическую сферу государства. В работе присутствует рисунок, на котором изображен объем онлайн-продаж туристических услуг в Российской Федерации.*

Ключевые слова*: туризм, современные технологии, предоставление туристических услуг, режим реального времени.*

Туризм – один из самых распространенных и быстро развивающихся видов активного отдыха населения каждой страны. Туристические поездки представляют собой некие выезды за пределы знакомой местности с целью поиска новых знакомств, получения незабываемых эмоций, культурного и эмоционального развития или отдыха.

Наверняка каждый из нас хоть раз сталкивался с проблемой поиска отеля, бронирования и покупкой билетов, составлением маршрута путешествия. К счастью, в настоящее время все более широко применяются современные технологии, позволяющие людям выполнить все эти задачи в максимально короткое время и без причинения каких-либо неудобств. Все что нужно сделать – это зайти в телекоммуникационную сеть интернет, выбрать подходящий вам вариант и оплатить банковской картой.

И ведь действительно, по сравнению с традиционными методами покупки туристических путевок (через агентства или знакомых), использование инфор-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

мационных площадок и технических средств способствует более быстрому и эффективному предоставлению туристических услуг. При правильном и функциональном использовании современных технологий и соответствующих знаний (например, камер фото-видео наблюдения, использования веб-сайтов, мобильных приложений, смартфонов, виртуальных технологий, рекламных компаний и так далее) у работодателей появляется возможность постоянного контроля за работой сотрудников, качеством предоставляемых услуг, ускорению времени обработки клиентского запроса, избегания ошибок при заполнении документов, а также увеличению прибыли за счет привлечения новых клиентов (в том числе иностранцев) путем размещения рекламных объявлений или представления услуг на разнообразных площадках и многое другое. В настоящее время около 10% глобального ВВП приходится на международный и внутренний туризм [1]. Помимо крупной части дохода туризм способствует более быстрому развитию страны, повышению ее престижа, что соответственно оказывает влияние на увеличение уровня жизни населения, появление новых рабочих мест, возможности осуществления реставрации и возведения новых памятников культурного наследия.

Вместе с тем, сложившийся во всем мире опыт свидетельствует о том, что главным фактором достижения успеха в любой деятельности является время. Выгоду получает тот, кто в состоянии подстроиться под окружающие тенденции развития общества и способен предоставить посетителю полный спектр услуг в режиме реального времени.

Однако, необходимо отметить и то, что применение цифровых технологий при осуществлении туристической деятельности имеет благоприятные возможности не только для самих работодателей и соответствующих стран, но и туристов. Таким образом, при бронировании или онлайн оплате путевки турист может самостоятельно изучить полный спектр предоставляемых услуг, ознакомиться с реальной картиной наличия мест и узнать стоимость необходимой услуги, выбрать наилучший вариант из всех представленных и при этом сэкономить большое количество времени. Одновременно с этим, немаловажную

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

роль играет и цена туристической услуги. Согласно проведенным исследованиям, в туристической отрасли спрос очень зависим от стоимости услуги, и порой оперативный поиск необходимой информации играет решающую роль.

В соответствии с проведенным Data Insight исследованием в 2017 году было отмечено, что использование онлайн-продаж в туристической сфере в Российской Федерации начиная с 2010 года за 6 лет лет увеличилось чуть более чем в 10 раз [2].

Так по статистическим данным граждане Российской Федерации на туристические услуги в 2010 году потратили около 70 млрд рублей, в 2011 году – около 120 млрд рублей, в 2012 году – около 190 млрд рублей, в 2013 году – около 280 млрд рублей, в 2014 году – около 415 млрд рублей, в 2015 году – около 540 млрд рублей (+30%), в 2016 году – около 740 млрд рублей (+37%)(рис. 1).

Рис. 1 Объем онлайн-продаж туристических услуг
в Росси по статистическим данным

Таким образом, индустрия туризма в настоящее время позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления отдельной туристической органи-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

зацией и до применения глобальных компьютерных сетей, что значительно упрощает ее функционирование и способствует ускорению обработки информации в целях повышения качества обслуживания.

Список литературы

1. Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная энциклопедия. URL: https://www.krugosvet.ru/enc/ekonomika-i-pravo/turizm (дата обращения: 13.04.2022).

2. Data Insight Российской рынок путешествий. Статистика оффлайна и онлайна. URL: https://www.datainsight.ru/eTravel201 (дата обращения: 13.04.2022).

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)