

Селезнева Вероника Владимировна

соискатель

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Аннотация: за последнее десятилетие было опубликовано много исследований о цифровизации и цифровой трансформации в индустрии туризма. Целью данного исследования является выявление отличий между цифровизацией и цифровой трансформацией в индустрии туризма. Автором использованы методы поиска и анализа научной литературы российских и зарубежных авторов. В результате сформулированы определения цифровизации индустрии туризма и цифровой трансформации в индустрии туризма.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, индустрия туризма, ИКТ.

Цифровизация в индустрии туризма усилилась во время пандемии COVID-19, побуждая поставщиков туристских услуг и клиентов внедрять новые цифровые инновации [1]. Как в развитых, так и в развивающихся странах требуется цифровая трансформация туристского сектора, для обеспечения конкурентоспособного и устойчивого туризма, способного предоставлять туристам высококачественные впечатления. Более того, туристский бизнес и менеджеры всегда находятся в поиске инноваций в продуктах, процессах и совместном с туристом создании ценностей для достижения своих экономических выгод за счет повышения операционной эффективности, улучшения опыта клиентов, повышения конкурентных преимуществ и принятия обоснованных решений на основе больших данных [5].

Появление цифровых технологий вызвало существенные потрясения в деловой среде, проникнув в различные сектора, включая туризм. Эти технологии

радикально изменили динамику промышленной конкуренции и модели потребления, заставив организации стратегически вступить на путь цифровой трансформации. Будучи неотъемлемой частью цифровой экономики, индустрия туризма использует эти технологии для предоставления оптимизированных услуг и улучшения клиентского опыта [6]. Цифровые технологии стали основными катализаторами изменений, революционизируя туристские компании, предложения и бизнес-экосистемы. Внедрение цифровых технологий повысило привлекательность, эффективность, инклюзивность и устойчивость туристических предложений. Цифровизация и цифровая трансформация оказали глубокое влияние на бизнес-операции, маркетинговые стратегии, поведение потребителей и управление знаниями, что имело далеко идущие организационные и политические последствия для индустрии туризма. Туристская индустрия стала пионером цифровых инноваций и входит в число авангардных секторов цифровизации бизнес-операций во всем мире путем внедрения онлайн-бронирования авиабилетов и отелей. Внедрение в отрасли информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) началось в 1970-х годах с появлением компьютерных систем бронирования (CRS) и в конце 1980-х годов с появлением глобальных систем распределения (GDS). Поставщики туристских услуг все чаще внедряют передовые цифровые технологии в своем стремлении к расширению взаимодействия с клиентами. Эти технологии обеспечивают улучшенное понимание предпочтений клиентов и эксплуатационных показателей. Множество технологических инструментов, включая искусственный интеллект, блокчейн, машинное обучение, Интернет вещей, большие данные, виртуальную и дополненную реальность, умные устройства, датчики, роботов, дроны, маяки, повсеместные вычисления, WiFi и т. д., возглавляют эту трансформацию в индустрии туризма [10].

Несмотря на то, что исследования по применению ИКТ в индустрии туризма превратились в значительный объем знаний как область научного исследования [3; 4] необходимы дальнейшие исследования, чтобы понять перспективу цифровизации и цифровой трансформации в секторе. Быстрое развитие и распростра-

нение передовых цифровых технологий и последующая цифровизация и цифровая трансформация туристской индустрии требуют актуального обзора существующих научных работ.

Цифровизация и цифровая трансформация часто фигурируют в ключевых приоритетах современных менеджеров. Термины цифровизация и цифровая трансформация часто используются как синонимы в академической литературе [7]. И хотя между ними есть взаимосвязь, важно выяснить разницу между ними.

Цифровизация – это использование цифровых технологий для изменения и оптимизации существующих бизнес-процессов, включая онлайн бронирование, обработку и хранение данных о клиенте, внедрение VR и AR технологий при создании тура, направленное на экономию затрат и внесение усовершенствований в процессы, которые потенциально могут улучшить качество обслуживания клиентов. В то время как цифровая трансформация представляет собой более обширный этап цифровых изменений, предпринимаемых организациями, характеризуя всеобъемлющий сдвиг, который способствует созданию инновационных бизнес-моделей, выходящих за рамки цифровизации отдельных процессов или задач [8]. Масштаб цифровой трансформации шире, чем цифровизация [9], исследователи признают, что цифровизация и цифровая трансформация обычно идут друг за другом [2]. Таким образом, и цифровизация, и цифровая трансформация в туристской индустрии имеют решающее значение для реализации стратегических бизнес-целей туристского бизнеса, где рынок туристских услуг характеризуется волатильностью, неопределенностью, сложностью и неоднозначностью. Цифровизация и цифровая трансформация повышают организационные возможности туристских фирм по навигации в деловой среде, позволяя им адаптироваться, реагировать и стратегически позиционировать себя в условиях быстрого технологического прогресса и динамичной бизнес-среды.

Список литературы

1. Кучумов А.В. Цифровая трансформация предпринимательской деятельности: национальные и международные исследования / А.В. Кучумов, Е.В. Печерица // *Экономический вектор*. – 2023. – №1 (32). – С. 103–108. – DOI 10.36807/2411-7269-2023-1-32-103-108. EDN DVPYBP
2. Карпова Г.А. Проблемы цифровой трансформации сферы услуг: инновационный, экономический и социальный аспекты / Г.А. Карпова, Л.В. Хорева, А.В. Шраер // *Журнал правовых и экономических исследований*. – 2023. – №2. – С. 192–201. – DOI 10.26163/GIEF.2023.97.42.029. – EDN QIENTH.
3. Buhalis D., Sinarta Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36 (5), pp. 563–582. doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>.
4. Hassan T.H., Salem A.E., Refaat S.A. The Impact of Eatmarna Application Usability on Improving Performance Expectancy, Facilitating the Practice of Rituals and Improving Spirituality Feelings during Umrah Amid the COVID-19 Outbreak. *Religions*. 2022; 13: 268. doi: 10.3390/rel13030268. EDN LJABTW
5. Hassan T.H., Salem A.E., Saleh M.I. Digital-Free Tourism Holiday as a New Approach for Tourism Well-Being: Tourists' Attributional Approach. *Int J Environ Res Public Health*. 2022 May 14; 19 (10): 5974. doi: 10.3390/ijerph19105974. EDN MJLUHS
6. Mikalef P., Parmiggiani E. (2022). An Introduction to Digital Transformation, in Mikalef P. and Parmiggiani E. (eds) *Digital Transformation in Norwegian Enterprises*. Springer, Cham, pp. 1–10. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-05276-7_1.
7. Saarikko T., Westergren U.H. and Blomquist T. (2020). Digital transformation: Five recommendations for the digitally conscious firm. *Business Horizons*, 63 (6), pp. 825–839. doi: 10.1016/j.bushor.2020.07.005.
8. Sigala M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*, 25, pp. 151–155. doi: 10.1016/j.tmp.2017.12.003.

9. Van Veldhoven Z., Vanthienen J. (2021). Digital transformation as an interaction-driven perspective between business, society, and technology. *Electronic Markets*. doi: 10.1007/s12525-021-00464-5. EDN KLTCY

10. Verhoef P.C. et al. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, pp. 889–901. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.09.022.