

**Максимова Елена Валерьевна**

канд. социол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный

университет туризма и сервиса»

п. Черкизово, Московская область

## **СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТРЕНДЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА**

***Аннотация:** цифровые технологии стремительно внедряются во все отрасли социума. Не исключением является индустрия туризма и гостеприимства. Особенно заметно это с 2023 года, так как компании в этой сфере начали активно адаптироваться к новым условиям, внедряют инновационные решения и оптимизируют свои бизнес-процессы.*

*Цифровизация, как ключевой тренд, охватывает все аспекты работы туристических агентств, гостиниц, ресторанов и других участников этого рынка, что характеризует данную тему как актуальную и значимую.*

*Автор анализирует последние изменения, связанные с цифровыми трендами в сфере туризма и гостеприимства в условиях быстро меняющейся действительности. Исследование результатов внедрения информационных технологий в индустрию туризма позволило выявить не только положительные аспекты, но и возможные проблемы, с которыми сталкиваются компании. Необходимо понимать, какие барьеры могут возникнуть в процессе цифровизации и спрогнозировать пути их преодоления.*

***Ключевые слова:** перспективы цифровизации, индустрия туризма, гостиничный и ресторанный сервис, инновации, успешное развитие в условиях быстро меняющейся среды, технологии, блокчейн, виртуальная реальность, искусственный интеллект.*

Новые технологии, такие как большие данные, искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, становятся неотъемлемой частью современного мира. Процесс глобализации определяет быстро расширяющийся поток

информации, который приводит к построению информационного общества [3 с. 2370]. В настоящее время происходит изменение структуры потребления с учетом проникновения информационных технологий и цифровизации для формирования новых рынков и принятия новых управленческих решений [1, с. 2293].

Ведущую роль в цифровых трансформационных процессах различных институтов и отраслей общества играют онлайн-платформы. С помощью таких технологий упрощается процесс оказания услуг и предоставляется доступ к более обширной информации.

На современном этапе все сферы общественной жизни, в том числе и индустрия туризма, погружены в трансформационные процессы внедрения инновационных и цифровых технологий [3, с. 2369]. В условиях растущей конкуренции компании вынуждены искать новые способы привлечения клиентов и повышения их лояльности к своим услугам, работам, продуктам и товарам. Современные цифровые тренды позволяют не только улучшить качество обслуживания, но и создать уникальные предложения, которые отвечают запросам потребителей. Внедрение информационных технологий достаточно сильно изменило и потребности клиентов, и сами организации, предоставляющие услуги [2, с. 358].

Важным аспектом является влияние технологий на клиентский опыт путешественников, который совершенствует персонализированные и адаптированные индивидуальные предпочтения участников туристической индустрии.

Сотрудничество между различными компаниями, которые активно взаимодействуют друг с другом, становится ключевым фактором успеха в условиях цифровизации, так как могут быстрее адаптироваться к изменениям, внедряя инновации в конкурентноспособные туристические продукты.

Цифровизация меняя облик индустрии туризма становится одним из условий стратегического развития онлайн-услуг в этой отрасли. Такой подход содействует адаптации потребителей туристских услуг к новым стандартам их получения. Возможность отслеживать багаж, онлайн-бронирование номерного фонда

в отелях, оформление электронной карты туриста все это и многое другое способствует совершенствованию сферы услуг [4, с. 26].

Основные направления в дальнейшей цифровизации индустрии туризма – это обеспечение надежности и развитие электронной системы мониторинга качества туристских услуг, разработка электронных ресурсов по покупке туров, бронирования отелей и других сервисных услуг, внедрение облачных и геоинформационных технологий [8, с. 403].

В 2023 году наблюдается стремительное внедрение современных технологий, формирующих новые подходы к обеспечению клиентского опыта и повышению качества услуг. Один из ключевых аспектов цифровизации – предоставление удобного и быстрого процесса бронирования, что становится основным критерием для выбора места проживания. Информационные системы бронирования положительно сказываются на бизнес-процессе организаций туристической индустрии [3 с. 2371]. По данным исследований, с 2019 года количество объектов размещения, доступных для онлайн-бронирования в России, возросло, что подтверждает значимость онлайн-сервисов в данной сфере.

Всероссийский форум «Цифровизация 2023» на панельной сессии на тему «Цифровые тренды в туризме и гостиничном бизнесе 2023» собрал ключевые компании – представителей различных сегментов индустрии, которые продемонстрировали свои достижения и опыт в области цифрового преобразования. На форуме они обменивались идеями и анализировали успешные кейсы. В целом форум был направлен на выявление лучших практик и технологий, которые могут быть внедрены в российскую индустрию гостеприимства.

Но не все участники рынка успевают адаптироваться к новым изменениям. Отели и рестораны, игнорирующие возможности, предоставляемые цифровыми решениями, рискуют не только потерять клиентов, но и оказаться на обочине конкурентной борьбы. Актуальная статистика указывает на то, что цифровизация приводит к росту числа гостей и, соответственно, к увеличению прибыли заведения. В условиях высокой конкуренции и изменяющихся потребительских предпочтений такая перестройка является необходимостью.

Согласно исследованиям, внедрение новых технологий также способствует улучшению качества работы персонала, что в конечном итоге ведет к более высокому уровню обслуживания клиентов. Системы автоматизации помогают не только в управлении ресурсами, но и в предоставлении актуальной информации, что позволяет персоналу более эффективно взаимодействовать с клиентами.

В современных условиях важным аспектом является и соблюдение требований безопасности, что также учитывается при создании цифровых решений. Инновационные подходы в этой сфере позволяют не только улучшить клиентский опыт, но и повысить уровень защиты данных пользователей, что особенно актуально в свете недавних изменений в законодательстве и требований по охране персональной информации.

В рамках современных трендов особое внимание уделяется «умному туризму». Он включает использование искусственного интеллекта, дополненной реальности и мобильных приложений, что становится необходимостью в условиях дефицита кадров. Технологии автоматизации процессов позволяют оптимизировать категорию обслуживания и сделать его более персонализированным. Этот вектор развития активно поддерживается различными стартапами, которые предполагают уникальные решения для гостиничного и туристического бизнеса. Умные технологии помогают не только улучшить качество сервиса, но и минимизировать затраты на рабочую силу: системы распознавания лиц, голосовые помощники и чат-боты способны значительно сократить время на выполнение рутинных задач, оставляя сотрудникам возможность сосредоточиться на более сложных аспектах работы. Стоит отметить, что в контексте устойчивого развития «умный туризм» следует рассматривать не только как туризм, использующий инновационные технологии для обеспечения максимальной эффективности коммуникаций и бизнес-взаимодействия представителей туристической индустрии и потребителей туристских услуг, но и как ресурсосберегающий [6, с. 154].

Цифровизация данных ввела новые стандарты взаимодействия с клиентами. Например, многие компании начинают использовать виртуальные туры для демонстрации своих услуг, что позволяет потенциальным клиентам оценить опыт

до его получения. Эта практика не только увеличивает уровень вовлеченности, но и способствует сокращению времени на принятие решений клиентами о покупке услуг. Статистические данные показывают, что наличие виртуальных туров увеличивает вероятность бронирования.

Не менее важным остаётся аспект экологии и устойчивости развития. Согласно последним опросам, путешественники всё больше ориентируются на экологически чистые направления. С возрастанием осознанности по вопросам экологии, многие компании начинают внедрять устойчивые практики в свою работу. Это создаёт конкурентное преимущество для тех, кто готов предложить более «зелёные» альтернативы, поддерживая спрос на такие предложения. Устойчивое развитие туризма предполагает, что его состояние достигается за счет баланса социально-экономических, экологических, культурных целей развития с учетом интересов всех субъектов туристского рынка на основе рационального использования туристских ресурсов, в том числе с помощью цифровых технологий [9, с. 248]. Принципы устойчивого развития предполагают значительный толчок развития индустрии гостеприимства [5, с. 519].

Автоматизация обслуживания значительно повышает его качество, позволяя снижать время ожидания и быстро реагировать на запросы клиентов. Технологии становятся не просто инструментом, но и важным элементом формирования бренда, который способен привлекать и удерживать клиентов. В результате этого цифровые технологии в индустрии туризма становятся необходимостью, а не просто трендом. Путешественники ищут новые аутентичные и устойчивые впечатления, что подталкивает компании к ещё более глубокому внедрению технологий и инноваций, предлагая им уникальные и запоминающиеся возможности.

В современном мире онлайн-платформы стали важнейшими инструментами продвижения в индустрии туризма и гостеприимства. Они не только предоставляют удобные средства для бронирования, но и работают как каналы для продвижения различных туристических услуг, от гостиниц до туристических мероприятий.

Среди популярных платформ выделяются глобальные игроки, такие как Booking.com и Airbnb, которые мгновенно соединяют клиентов с предложениями со всего мира. Наиболее приоритетным направлением российской государственной стратегии является создание и развитие электронных платформ [4, с. 28]. Например, аналоговые сервисы – Ostrovok.ru, AviaSales, Otello от 2ГИС, Fun&Sun, новый проект Alean, Яндекс.Путешествия и др. В последние годы на рынке наблюдается рост специализированных онлайн-сервисов, ориентированных как на определённые страны, так и на уникальные типы услуг. Например, платформы Manfengwo и Strip, активно развиваются на азиатском рынке, предоставляя эксклюзивные предложения и адаптированные решения для местных туристов.

Преимуществом цифровизации является снижение стоимости туристских услуг по сравнению с традиционной экономикой туризма [10, с. 59]. Таким образом, конкуренция среди платформ усиливается, и компании вынуждены проявлять креативность в рисках, чтобы привлечь пользователей. Например, некоторые платформы начали предлагать адаптивные формы акций и скидок, учитывающих предпочтения путешественников. Это ведет к изменению подходов к маркетингу, ориентированным на персонализацию, что позволяет клиентам получать релевантные предложения, основанные на их предыдущих заказах и интересах. Данные инструменты не только усиливают лояльность клиентов, но и предоставляют улучшенный опыт взаимодействия с платформами.

Платформы также играют ключевую роль в формировании общественного мнения о гостиницах и туристических услугах. Отзывы пользователей могут существенно влиять на решения путешественников о бронировании. Ведущие платформы активно работают над алгоритмами для определения подлинности отзывов, что способствует созданию доверия и снижению уровня мошенничества. Так, современный подход к управлению отзывами предполагает использование машинного обучения для выявления подозрительных действий и успешного блокирования недобросовестных пользователей.

Ещё одним важным аспектом является способность онлайн-платформ интегрироваться с другими технологиями. Использование искусственного интеллекта и машинного обучения помогает платформам предлагать более точные рекомендации, основанные на интересах путешественников, что в свою очередь, может увеличить уровень удовлетворённости клиентов и конверсию. Некоторые платформы уже начали предлагать виртуальных помощников, которые могут отвечать на вопросы пользователей и помогать им с выбором на этапе планирования путешествий.

Кроме того, по мере роста популярности многоплатформенного подхода, все больше компаний в индустрии туризма погружаются в создание собственных сервисов для оптимизации клиентского опыта, например, разрабатывают мобильные приложения. Это позволяет уменьшить зависимость от крупных платформ и наладить прямые отношения с клиентами. Сервисы, предлагающие уникальный опыт, такие как гастрономические туры или обслуживание на основе индивидуальных предпочтений, начинают получать признание, что служит отличительной чертой для нового поколения туристов.

Другой актуальный тренд заключается в исполнении социальных сетей, как платформ для продвижения. Такие стратегии дают возможность малым и средним предприятиям выделиться на фоне крупных игроков, предлагая уникальные пакеты и предложения, которые привлекают внимание пользователей. Способность визуального контента к созданию эмоционального отклика также играют важную роль в процессе принятия решения о бронировании.

На фоне изменений платформы подвергаются постоянному анализу и адаптации. Меняющиеся потребительские предпочтения и требования создают новые вызовы, на которые необходимо реагировать. Конечные пользователи уже ожидают более индивидуализированные предложения и улучшенные цифровые интерфейсы, что способствует инновациям и ускоренному развитию технологий в индустрии гостеприимства и туризма. Онлайн-платформы, которые могут успешно справляться с этими требованиями, будут иметь наилучшие шансы на успех в новом цифровом горизонте.

Российская индустрия гостеприимства и туризма переходит на новый уровень цифровизации, активно внедряя ИТ-решения. Одним из важных направлений стало использование больших данных и искусственного интеллекта, которые значительно увеличивают эффективность анализа данных и прогнозирования потребностей клиентов. Эти технологии охватывают значительную долю бизнеса. Несмотря на значительную востребованность ИТ-решений, по статистике около 62% крупных российских компаний испытывают трудности при переходе на проприетарное обеспечение. Происходит это из-за несовместимости российского и зарубежного программного обеспечения [7]. Но несмотря на трудности при интегрировании таких решений, применение цифровых технологий позволяет не только улучшить бизнес-процессы, но и более точно обращаться с клиентами. Эффективность применения таких технологий проявляется в наращивании объёмов внутреннего туризма. Участие в международных рейтингах цифровой трансформации отражает успехи в этом направлении и демонстрирует высокие позиции на фоне мировых трендов.

Реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» позволит не только построить новые объекты туристической инфраструктуры, но и создать условия для цифровой трансформации, которая будет способствовать увеличению числа внутренних поездок к 2030 году.

Кроме того, к 2030 году ожидается существенное обновление инфраструктуры гостиничного бизнеса. По данным исследований, эксперты-отельеры убеждены в необходимости инвестирования в технологии для автоматизации процессов управления.

Перспективные технологии создают новые бизнес-модели и внедряют инновации в практику, что повышает эффективность управления и уровня обслуживания. Важно отметить, что большинство гостиниц уже интегрирует решения для управления инфраструктурой и оборудование, что становится необходимым шагом для достижения конкурентных преимуществ в условиях растущего спроса на цифровые услуги.

Выводы.



Анализ результатов внедрения информационных технологий в туристскую отрасль показывает, что компании, активно использующие цифровые технологии, демонстрируют более высокие показатели эффективности и прибыльности. Инвестиции в цифровизацию оправдывают себя, так как позволяют оптимизировать бизнес-процессы, сокращать затраты и повышать уровень обслуживания.

Цифровизация индустрии гостеприимства и туризма представляет собой сложный и многогранный процесс, который требует от компаний гибкости, инновационных подходов и готовности к изменениям. Успех в этой области будет зависеть от способности бизнеса адаптироваться к новым условиям, использовать современные технологии и выстраивать партнёрские отношения. В конечном итоге, те компании, которые смогут эффективно интегрировать цифровые решения в свою стратегию, будут иметь все шансы на успех и процветание.

### ***Список литературы***

1. Донцова О.И. Актуальные проблемы развития цифровых технологий в промышленности России / О.И. Донцова // Креативная экономика. – 2022. – №6. – С. 2289–2300. DOI 10.18334/ce.16.6.114835. EDN QSQLFS
2. Звягин А.А. Инновационная экономика регионов: развитие индустрии гостеприимства посредством разработки модели экономически эффективного туристско-рекреационного кластера / А.А. Звягин, Г.Ф. Красноженова, А.М. Иванов // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – №3. – С. 535–554. – doi: 10.18334/erpp.11.3.111646. EDN PVZZXD
3. Никулина Ю.Н. Информационные технологии как инструмент повышения эффективности деятельности организаций индустрии туризма / Ю.Н. Никулина // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13. №7. – С. 2369–2384. doi: 10.18334/erpp.13.7.118417. EDN FQLDOI
4. Оборин М.С. Направления развития цифровой среды туризма / М.С. Оборин // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – №1 (103). – С. 24–32. – doi: 10.5281/zenodo.7793265. EDN BYHKQT
5. Радыгина Е.Г. Показатели устойчивого развития предприятий индустрии гостеприимства / Е.Г. Радыгина, А.А. Ошкордина // Экономика,

предпринимательство и право. – 2023. – №2. – С. 513–522. DOI 10.18334/err.13.2.117087. EDN SHNCSN

6. Ралык Д.В. Экологический и «умный» туризм в контексте устойчивого развития отрасли в России / Д.В. Ралык // Общество: политика, экономика, право. – 2023. – №8. – С. 150–157. <https://doi.org/10.24158/per.2023.8.19>. – EDN DBWPGM

7. Рожков Р. 62% крупнейших компаний сталкивается с проблемами при внедрении российского ПО / Р. Рожков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/524135-62-krupnejsih-kompanij-stalkivautsa-s-problemami-pri-vnedrenii-rossijskogo-po> (дата обращения: 21.04.2025).

8. Качество туристских услуг в условиях цифровизации / Н.Н. Терещенко, О.А. Яброва, Е.В. Шешегова, В.С. Филиппова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14. №2. – С. 399–412. doi: 10.18334/err.14.2.120576. EDN MBWXUG

9. Черевичко Т.В. Парадокс цифровизации туризма / Т.В. Черевичко, Т.В. Темякова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23. Вып. 3. С. 246–254. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-3-246-254>. EDN: DXOGAS.

10. Черевичко Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления / Т.В. Черевичко, Т.В. Темякова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2019. – Т. 19. Вып. 1. – С. 59–64. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>. – EDN ZAWLWH