

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ ТУРИЗМА

¹Семашко Ю. В., ²Алешкевич Д. А., ³Брадинская Д. В.
¹*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, nirs_2010@mail.ru,*
²*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, dashenka.200417@gmail.com,*
³*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, daria_bradinskaya@mail.ru*

Аннотация. В данной статье рассмотрено использование информационных технологий в экономике туризма, основные показатели эффективности, основные факторы, влияющие на развитие туризма, инновационные разработки в сфере туризма.

Современный туризм является одним из основополагающих факторов развития экономики, определяющих конкурентные преимущества страны на международном рынке услуг. Использование информационных технологий в туристической сфере может стать дополнительным импульсом роста платежеспособного спроса в постоянно меняющихся условиях функционирования рынка. В данной статье будет дана оценка степени влияния информационных технологий на развитие туристической индустрии с учетом негативного влияния пандемии COVID-19.

В современном мире потребители, помимо удовлетворения биологических потребностей, все большее внимание уделяют нематериальному сектору услуг. Улучшение качества жизни, развитие информационных технологий, открывающих доступ во многие регионы мира, использование системы безналичных финансовых расчетов стали определяющими факторами, повлиявшими на то, что туристические услуги стали пользоваться повышенным спросом среди нематериальных благ, требующих первичного удовлетворения. Дополнительной причиной растущего интереса к данной сфере, уже со стороны государственных органов власти, является то, что платежеспособный спрос на услуги туристической сферы может стать положительным импульсом, повышающим страновую конкурентоспособность экономики туризма региона, а, следовательно, конкурентоспособность страны в целом.

Экономика туризма – система отношений, возникающая в процессе производства, распределения, потребления туристских товаров и услуг. Освоение и развитие туристической сферы позволяют в разы увеличить доходную часть государственного бюджета за счет роста налоговых поступлений.

Основными показателями эффективной туристической деятельности являются:

- величина потока туристов, определяющая на сколько потребители готовы предъявлять платежеспособный спрос не только туристические услуги, но и на сувенирную продукцию;
- состояние материально-технической базы, представленной санаториями, отелями, базами отдыха различных степеней привлекательности;
- финансово-экономическое положение турфирм, иллюстрирующее независимость данного сектора от потенциальных изменений внешней среды;
- информационно-технические возможности регионов, позиционирующих себя в качестве продавцов туристических услуг.

Основные факторы, влияющие на развитие туризма, можно условно разделить на две группы: статичные и динамичные. К статичным факторам относят совокупность физико-географических свойств региона. Они включают в себя климатические и ландшафтные особенности, географическое расположение (горы, море, лес), разнообразие флоры и фауны.

По оценкам специалистов именно статичные факторы лежат в основе выбора места для отдыха. Доказательством этого может служить тот факт, что еще на ранних стадиях развития туризма более привлекательными для потребителей были регионы с благоприятными климатическими особенностями. В качестве примера можно привести страны, на территории которых расположены естественные грязевые или минерализованные источники, гейзеры и солевые пещеры. Природные особенности Турции, Греции, Камчатки ежегодно привлекают большое количество людей, позволяя им не только отдохнуть, но и оздоровиться.

С ростом уровня образования населения усилился его интерес к культурному развитию, изучению исторического наследия страны. В связи с этим, возросла роль культурно-исторических факторов, которые также можно отнести статичным. Эта группа особенностей подразумевает наличие памятников археологии, архитектуры, истории и т. д. Так, например, Париж – один из самых посещаемых городов мира, до сих пор привлекает туристов такими шедеврами архитектуры как Эйфелева башня, собор Парижской Богоматери и Лувр.

Тем не менее стоит отметить, что на текущий момент времени, все большую значимость стали приобретать динамичные факторы развития туризма, связанные с основными сферами жизни человека: социальной, экономической, политической и экологической.

Социально-экономические особенности региона охватывают такие компоненты как развитие общественного производства, транспорта и коммуникаций, расширение сферы обслуживания. Состояние этих компонентов напрямую зависит от уровня экономического и социального развития страны. Плохо развитая инфраструктура Гвинеи, частые вспышки лихорадки эболы, пренебрежительное отношение к природе и неоправданно высокие цены стали причиной падения туристского спроса, сведя ежегодный показатель посещений туристов к минимальной отметке.

К политико-правовым особенностям относят: политическую обстановку в стране, политику открытия границ, административный контроль в сфере туризма, унификацию налоговой и денежной политики. По оценкам экспертов,

в тех регионах, где политическая система эффективна и стабильна, уровень роста туристической деятельности значительно выше, чем в тех странах, где политическая ситуация нестабильная и напряженная.

Особенно губительной для развития туризма является ситуация, когда в стране происходят вооруженные конфликты, так как чаще всего это вызывает и экономический кризис. В совокупности, эти факторы оказывают весьма негативное влияние на туризм. В качестве примера можно рассмотреть Республику Сомали, которая не раз попадала в список самых опасных стран для путешествий. Причиной этого являются постоянные войны, госперевороты и экстремистская деятельность на территории региона. Следствием такой напряженной ситуации стал низкий рейтинг страны в туристической индустрии и небольшое количество желающих посетить это восточноафриканское государство.

Экологические особенности региона – еще один немаловажный фактор, оказывающий влияние на выбор местности для строительства туристических объектов, так как окружающая среда – это основа и главный потенциал развития туристической деятельности. Туризм, как и любая другая экономическая сфера, тесно и неразрывно связан с потреблением природных ресурсов, и в мировом масштабе это может привести к непоправимым последствиям, связанных с разрушением животного и растительного мира, ухудшением качества жизни людей, опустыниванием земель и т. д.

Факторами, сдерживающими развитие туризма, являются зоны химических и радиоактивных загрязнений. Авария, произошедшая на Чернобыльской АЭС в 1986 году, стала величайшим негативным примером зависимости туризма от глобальных экологических катастроф. Следствием произошедшей аварии стала потеря Беларусью и Украиной значительной части туристическо-рекреационных ресурсов, которые невозможно будет использовать в ближайшем будущем. Таким образом можно сделать вывод, что региональные особенности являются движущим фактором роста экономики туризма, так как именно от них зависит уровень развития туристической отрасли в той или иной стране. Проводя сравнительную характеристику туристского сектора южных и северных государств, можно отметить, что поток туристов больше в теплых странах из-за наличия выхода к морю, благоприятного климата и живописной природы. Стабильно растущие туристские потоки данных стран положительно сказываются на экономических показателях развития, увеличивая благосостояние населения южных регионов.

Однако стоит отметить, что все вышеперечисленные факторы, влияющие на становление туристского сектора, работают лишь в тандеме. Так, например, имея богатый историко-культурный фонд и при этом нестабильную политическую обстановку, страна ни при каких условиях не сможет привлечь иностранных гостей, не говоря уже о наращивании эффективной экономической базы.

Учитывая всемирный технологический прогресс и глобализацию, которая предполагает создание новых условий организации мировых процессов, вполне логична и постепенная трансформация туристической индустрии. Современные технологии открывают доступ ко многим, ранее закрытым, методам развития туристической отрасли, упрощают работу туроператоров.

Инновационные разработки позволяют потребителям туристических услуг самостоятельно бронировать отели, покупать билеты, подбирать туры. В этом направлении работают различные сайты, приложения, чат-боты, специально спроектированные для удобства клиента и экономии его времени. Ввод в программу даты планируемой поездки через заданные программой алгоритмы позволяет мгновенно сформировать список подходящих туров, маршруты которых дополнительно будут отсортированы по ряду критериев: цена, вид транспорта, тип отдыха (активный, экскурсионный, пляжный), страна и т. д. Наиболее известными информационными источниками в туристическом бизнесе являются следующие порталы:

- Holiday.by – платформа, обеспечивающая поиск места отдыха с учетом личных запросов и содержащая тысячи отзывов реальных пользователей, по которым потребитель может лично оценить сервис;

- Aviasales.by – крупнейший поисковик авиабилетов, включающий 728 авиакомпаний;

- Airbnb.ru – площадка для поиска краткосрочной аренды частного жилья по всему миру. К ее преимуществам относится открытый доступ к фотографиям апартаментов, их подробное описание, информация о ценах и условиях аренды, что значительно сокращает количество времени, затрачиваемое на поиск квартиры;

- различные социальные сети, в частности Instagram-аккаунты, оповещающие о предстоящих акциях, выгодных предложениях, предназначенные для привлечения туристов и продвижения турагенств.

Еще одним изобретением, сделавшим пребывание туристов в других странах более комфортным, стал интерактивный переводчик. Благодаря своим положительным характеристикам (скорость, доступность), он смог повысить качество обслуживания абонента, уровень взаимопонимания туристов с местными жителями, расширить географию туризма для людей, воздерживающихся от поездки в страну с незнакомым языком.

Однако, как и любая система, online-переводчик имеет некоторые недостатки: неточность перевода, обязательное подключение к сети. Например, сервис Google Переводчика не предоставляет достоверный перевод, а лишь помогает понять общий смысл содержания текста, фразы на иностранном языке. На данный момент веб-служба ресурса осуществляет перевод с более чем 130 языков мира, но корпорация Google шагнула еще дальше, представив миру наушники PixelBuds, обладающие функцией перевода речи в режиме реального времени, что практически полностью разрушает барьер в общении с иностранцами.

Создание GPS-навигаторов, Яндекс Карты также дало толчок развитию сферы туризма. Люди перестали отказываться от поездок в незнакомые места, стало проще ориентироваться на местности, находить локации. В данной области разработано огромное количество приложений, ориентированных на небольшие участки территории, где собрана полная информация о местности. Так, например, в Республике Дагестан сделали мобильный гид-справочник «Дагтуризм», который содержит сведения о магазинах, отелях, местах питания

и других объектах, необходимых туристу. Также сервис имеет аудиогид с привязкой к геолокации, и, что немаловажно, программа работает в режиме «offline».

В то время как спектр разнообразия поездок ограничен в связи с нехваткой средств, времени, возможность путешествовать все еще остается доступной благодаря тревел-шоу. Сегодня таких программ достаточно много: «Орел и Решка», «Мир наизнанку», «Страшно. Интересно», «Самое щедрое путешествие на свете». Подобные передачи знакомят потенциальных туристов с зарубежной культурой, менталитетом местных жителей абсолютно бесплатно. Вместе с тем они выступают своего рода рекламой, стимулируя желание посетить тот или иной город, позволяют сравнить цены, позволяя выявить плюсы и минусы разных типов отдыха.

Современные технологии способствуют развитию космотуризма, сделав возможным путешествие к звездам посредством использования виртуальных технологий. Посредством научных фильмов, деятельности планетариев потребители получают представление о планетах и Вселенной в целом. Учитывая тот факт, что в космосе уже был снят первый художественный фильм, можно с уверенностью прогнозировать, что в скором будущем туристический сектор расширится за счет организации экскурсионных полетов на Луну.

Стоит также отметить, что процесс цифровизации туризма ускоряется под воздействием внешних факторов, на которые не может повлиять ни одна туристическая компания. Одним из таких факторов стала пандемия COVID-19, начавшаяся в 2020 году.

По оценкам аналитиков, за период 2020–2021 гг. туристическая сфера понесла самые большие потери, относительно других секторов, так как в связи с объявлением карантина, большинство стран, противодействуя распространению вируса, начало закрывать свои границы, останавливать авиа- и железнодорожное сообщение, во многих городах был введен режим всеобщей самоизоляции, что лишало людей возможности путешествовать. Всемирная туристическая организация при ООН (UNWTO) опубликовала статистические данные, согласно которым число международных туристов в 2020 году снизилось на 65 % по сравнению с 2019 годом, что нанесло значительный удар мировой экономике, особенно в странах, где экономический рост напрямую связан с туристическим бизнесом. Сокращение количества туристов привело к росту уровня безработицы, уменьшив количество рабочих мест в некоторых туристических странах на 10–14 %. Особо серьезно от пандемии COVID-19 пострадали развивающиеся туристические страны, в которых доля доходов от туризма в ВВП являлась достаточно высокой [3, с. 54–55].

Одним из способов, который может помочь справиться с пандемией и повысить привлекательность туристической отрасли, является использование информационных технологий, которые позволили преобразовать деятельность туристского бизнеса. Огромную популярность во время пандемии и карантина приобрели различные онлайн экскурсии, позволяющие отправиться в любую точку мира, посетить музеи и выставки, не выходя из дома. С помощью новых технологии можно увидеть такие достопримечательности, как знаменитые еги-

петские пирамиды, Стоунхендж, Тадж-Махал и др. круглосуточно в online-режиме.

Литература

1. Величкина, А. В. Оценка развития туристской инфраструктуры региона / А. В. Величкина // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 2 (32). – С. 239–250.
2. Смирнов, С. Н. Развитие и экономические результаты использования инфраструктуры туризма / С. Н. Смирнов // Экономические и социальные проблемы России. – 2020. – № 4 (44). – С. 32–48.
3. Шпырня, О. В. Тенденции развития международного рынка туристских услуг / О. В. Шпырня // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2018. – № 1. – С. 62–66.
4. Морозов, М. А. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 364 с.