

Макаревич Т. Д., студент 508 группы
заочной формы обучения
Научный руководитель – Гончарик Н. Г.,
старший преподаватель

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Формирование взаимоотношений субъектов туристической отрасли на рынке туристических услуг базируется на разработке и проектировании коммуникаций и коммуникативных связей [2, с. 104]. Согласно исследованиям, на нынешнем этапе ведущей тенденцией, последствия которой еще не до конца осознаются обществом, становится процесс расширения цифровой инфраструктуры туризма необходимый для перезагрузки туризма и возобновления его циклов [1, с. 39]. Очевидно, что с развитием цифровых технологий и распространением интернета, коммуникации в сфере туризма стали более эффективными и доступными, поэтому данная статья посвящена процессам цифровой трансформации коммуникации в сфере туризма, последствиям и примерам успешной реализации цифровых инноваций.

Цифровая трансформация коммуникаций в сфере туризма рассматривается нами как процесс перехода от традиционных методов разработки и проектирования коммуникаций и коммуникативных связей к использованию цифровых технологий, что ведет к улучшению качества обслуживания потребителя туристической услуги, повышению эффективности организации туристических кампаний и расширения возможностей для туристов. В результате исследования коммуникаций и коммуникативных связей с использованием цифровых технологий были

выявлены тенденции и результаты цифровой трансформации коммуникаций в сфере туризма.

Нами отмечено, что одним из основных аспектов цифровой трансформации процессов в туризме является использование онлайн-платформ и мобильных приложений для организации путешествий, бронирования отелей, покупки авиабилетов и экскурсий. Эти инструменты позволяют туристам самостоятельно планировать и осуществлять свои поездки, а также получать актуальную информацию о достопримечательностях, погодных условиях и транспортной инфраструктуре.

Также определено, что социальные сети играют важную роль в цифровой трансформации коммуникаций в сфере туризма. Например, туристы могут делиться своими впечатлениями о поездках, размещать фотографии и отзывы на популярных платформах, таких как Instagram, Facebook и TripAdvisor. Это создает возможность для других туристов получить реальные отзывы и рекомендации, что помогает им принять более рациональные решения при выборе туристических услуг. Кроме того, результатом цифровой трансформации коммуникаций в туризме становится использование социальных сетей и блогов для продвижения туристических продуктов, а также проведение онлайн-тренингов и вебинаров для обучения персонала и повышения квалификации сотрудников.

Использование технологий виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR) привнесло инновации в сферу туризма и повлияло на процессы цифровой трансформации. Так, с помощью этих технологий туристы могут получить виртуальные экскурсии по достопримечательностям, отелям и местам отдыха, не выходя из дома. Это позволяет им составить предварительное представление о месте,

которое они собираются посетить, принять более осознанное решение и спланировать программу путешествия.

Оснащение программным обеспечением мобильных устройств таким как переводчики, дает возможность туристам коммуницировать с местным населением, что способствует созданию более глубокого понимания культуры и традиций посещаемой страны или региона и способствует ускоренному культурному обмену.

Еще одно приложение, используемое в туристической отрасли, – интерактивные чат-боты. Они предоставляют туристам возможность задавать вопросы и получать информацию о бронировании, услугах и местах отдыха в режиме реального времени. Это упрощает не только процесс планирования поездки, но и позволяет управлять своим путешествием, облегчает взаимодействие с туристическими компаниями.

Влияние цифровых коммуникаций на улучшение качества обслуживания выражается в том, что туристические компании предоставляют своим клиентам более персонализированный сервис, основанный на предпочтениях и потребностях каждого клиента.

Еще одним важным аспектом цифровой трансформации является внедрение аналитики больших данных, которые позволяют компаниям оптимизировать свои ресурсы, улучшать качество услуг и разрабатывать новые туристические продукты. Например, анализ поведения пользователей в социальных сетях может помочь туристическим компаниям определить наиболее популярные направления и разработать новые экскурсии, учитывая интересы и предпочтения клиентов.

Использование цифровых технологий повышает эффективность туристических компаний посредством оптимизации своих процессов и снижения затрат на обслуживание клиентов. Так, использование

электронных систем учета и контроля позволяет упростить процедуру получения виз, оформления страховок и бронирования гостиниц, что в свою очередь повышает привлекательность туризма для иностранных туристов. К тому же взаимодействие с государственными органами вводят посредством цифровых решений, что позволяет туристам получать информацию об условиях и правилах въезда, медицинских требованиях, туристических мероприятиях и других аспектах, связанных с путешествиями.

На наш взгляд примерами успешной реализации цифровых инноваций в сфере туризма является создание программных решений, таких как Airbnb, TripAdvisor, Google Maps.

Airbnb: платформа для бронирования жилья, которая позволяет туристам арендовать жилье у местных жителей минуя посредника.

TripAdvisor: онлайн-платформа, где размещается информации об отелях, экскурсиях, предоставляется туристам возможность оставлять отзывы, что дает возможность другим знакомиться с этими отзывами, сравнивать цены на отели и бронировать экскурсии.

Google Maps: приложение, которое предоставляет туристам подробные карты, навигацию и информацию о достопримечательностях.

Количество положительных результатов цифровизации достаточно, но, тем не менее, цифровая трансформация в туризме также создает ряд вызовов и проблем. К ним относятся вопросы безопасности и конфиденциальности личных данных, необходимость адаптации к новым технологиям, неравномерность развития цифровых коммуникаций между разными странами и регионами и изменения в структуре занятости в отрасли. Чтобы успешно преодолеть эти вызовы, туристические компании должны наряду с внедрением цифровых технологий, заботится о программных решениях сохранности

персональных данных, необходимо обучать персонал и разрабатывать стратегии развития компании с учетом современных тенденций и потребностей потребителей.

Таким образом, последствия цифровой трансформации коммуникаций в сфере туризма выражаются в улучшении качества туристических услуг, увеличении туристического потока, повышении конкурентоспособности компании, внедряющей цифровые технологии. Для потребителей туристических услуг улучшается доступность, эффективность и качество коммуникаций, что в конечном итоге способствует улучшению опыта путешествий. Цифровая трансформация коммуникаций является приоритетным направлением для развития туризма в условиях глобализации и роста спроса на онлайн-сервисы. Однако необходимо учитывать потенциальные вызовы и принимать меры для обеспечения безопасности и защиты персональных данных.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бурак, Т. В. Основные тенденции развития туризма в XXI в. : изменяющиеся институциональные отношения и практики путешествия / Т. В. Бурак // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2022; 2 – С. 33–40.

2. Шашло, Н. В. Трансформация маркетинговой коммуникационной политики туристических компаний в условиях цифровизации: теория, практика, инновационные аспекты / Н.В. Шашло, И.А. Денисенко, А.А. Кузубов // Сервис в России и за рубежом. – Т 16 – № 1. – 2022. – С. 102–115.