

ИННОВАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Т.Б. Климова,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

М.Ю. Шишлаков,

магистрант первого года обучения, направления Туризм, НИУ «БелГУ»

Научно-технический прогресс не стоит на месте. С каждым днем появляется все больше новшеств и изобретений в мире цифровых устройств и интернет-технологий (ИТ), разрабатывается специальное программное обеспечение (ПО). Тенденция развития новых технологий ведет к активному их внедрению во все сферы деятельности человека, в том числе – экономике. Туризм, как часть экономической сферы, также идет в ногу с инновационными технологиями, внедряя их повсеместно. И хотя для предприятий отрасли подобная инвентаризация может стоить больших средств, конкурентный рынок навязывает необходимость ее проведения.

На российском рынке туристических услуг также используются различные технологии для организации и ведения туристического бизнеса. Внедряя их у себя, туристические предприятия могут привлечь «цифровых» пользователей, которые могут являться потенциальными туристами. «Цифровой» пользователь – это человек, который уже не может представить свой обычный день без интернета и компьютера или мобильного устройства. Стоит отметить тот факт, что затраты на первоначальном этапе при использовании интернет коммерции практически сразу перекрываются прибылью от вновь пришедших клиентов[2].

До 2007 года наблюдалась тенденция активносайтостроения. Для туристических предприятий уже немисливо было существование без фирменного сайта, где можно было бы посмотреть полный перечень доступных туристических пакетов и отдельного бронирования туров, трансферов, отелей и прочего. Такая тенденция сохраняется и по сей день, но с тех пор появились еще более новые возможности. С каждым годом сайты становятся намного красивее и функциональнее. Для описания места проведения тура уже недостаточно сухого текстового описания, нужны фото и видеосъемка, а может и виртуальный тур, честные отзывы, оставленные реальными клиентами [4].

Существенно улучшилась платежная система многих банков, что позволило туристам не просто выбирать желаемый тур на сайте туроператора или турагента, а и, непосредственно,оплатить его банковской картой через встроенный сервис сайта. Данная возможность существенно упрощает покупку для клиента. После этого клиенту останется лишь подписать договор в офисе туристической компании и забрать туристический ваучер, но и это иногда реализовано в виртуальном виде.

Крупные туроператоры России уже используют это на практике. Суть заключается в том, что после выбора и оплаты тура на сайте, с клиентом связывается ответственный менеджер по телефону или электронному адресу, который в последствии пересылает клиенту договор в электронном виде с печатью и подписью турфирмы. Клиент, в свою очередь, распечатывает договор, подписывает его, переводит в электронную версию и затем отправляет обратно менеджеру на электронный адрес. Конечным этапом является пересылка менеджером туроператора ваучера и билета на транспорт своему клиенту. Для занятых людей это отличный способ сэкономить свое время от стояния в пробке мегаполиса на пути к офису турфирмы. Кроме того, человек, может не отрываясь от работы, сделать бронирование за несколько минут во время обеденного перерыва, при имеющимся техническом оснащении.

В 2007 году произошел переход на новый этап развития мобильных телефонов. Хотя в мобильных телефонах практически всегда были дополнительные функции такие как калькулятор или календарь, со временем выпускались все более интеллектуальные моде-

ли. Для подчеркивания возросшей функциональности и вычислительной мощности таких моделей ввели термин «смартфон». Также в эру роста популярности карманного персонального компьютера (КПК) – они стали выпускаться с функциями мобильного телефона, такие устройства были названы коммуникаторами. В настоящее время разделение на смартфоны и коммуникаторы не актуально, оба термина обозначают одно и то же [1].

Смартфоны отличаются от обычных мобильных телефонов наличием достаточно развитой операционной системы, открытой для разработки программного обеспечения сторонними разработчиками. При этом, операционная система обычных мобильных телефонов закрыта для сторонних разработчиков. Однако, в последнее время граница между «обычными» телефонами и смартфонами всё больше стирается, новые телефоны, за исключением самых дешёвых моделей, давно обзавелись функциональностью, некогда присущей только смартфонам, например, электронной почтой и HTML-браузером, а также многозадачностью. Установка дополнительных приложений позволяет значительно улучшить функциональность смартфонов.

Вместе с развитием смартфонов параллельно развивалось и качество интернет услуг, в частности, мобильного интернета. Появление новых многофункциональных смартфонов и качественного интернета привело к увеличению пользователей Интернет, и, как следствие, потока потенциальных клиентов на сетевые ресурсы туристических фирм (рис.1) [7].

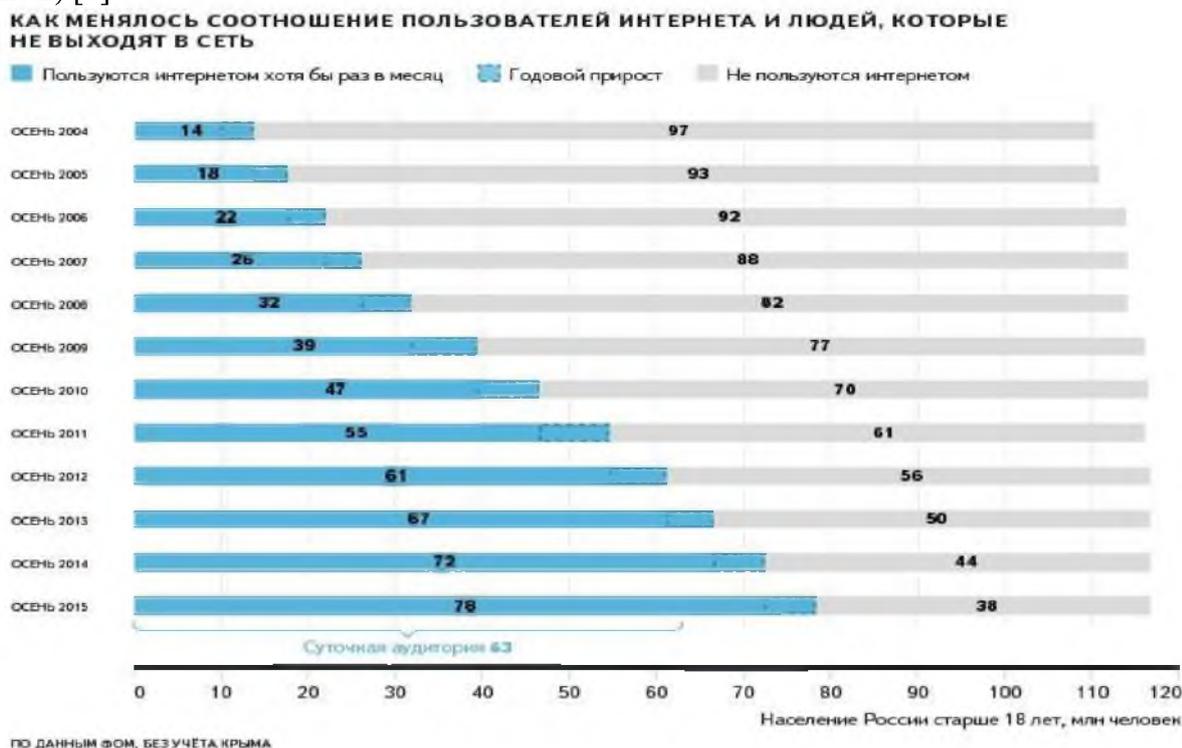


Рис.1. Соотношение пользователей интернета и не выходящих в сеть

Новые возможности придали туристическим фирмам мотивации для освоения неизвестных ранее границ. Технологии, увеличивающие скорость обслуживания и мобильность, - это технологии для людей. На сегодняшний день привлекаются огромные инвестиции для разработки мобильных приложений, позволяющих с некоторой комфортностью пользоваться предоставляемыми услугами. При этом, существенной финансовой выгодой для турпредприятий является экономия на содержании офисов и сотрудников, а также прочих расходов, так как большое количество операций проходит виртуально на экране пользовательского смартфона. По аналогии с пользователями, такое предприятие также могут называть «цифровым», за счет своих продвинутых возможностей [6].

«Цифровое» туристическое предприятие должно уметь накапливать большие объёмы данных для последующей работы с ними. Лучше всего, если клиент сможет получить

все сразу на сайте турфирмы (selfservice). Например, если нужно купить билет на самолет, клиент заходит на сайт и вводит паспортные данные. Это требует времени, к тому же, можно допустить ошибки, перепутать необходимые поля в форме. А в мобильном приложении необходимо просто сфотографировать смартфоном паспорт, и необходимые данные автоматически переносятся в форму оформления билета. Остается только нажать кнопку «Купить». Похожая ситуация с банками и страховыми компаниями, которые используют технологии мобильного ввода данных, чтобы получить копии необходимых документов клиенты просто фотографируют их на смартфон. Общие данные по интересующим направлениям перелетов, туристических направлений можно использовать в дальнейших рекламных предложениях для клиента через тоже приложение [2].

Стоит отметить и общие решения для туристов от совместно разработанных идей, предоставленных группой компаний. Например, с развитием смартфонов в устройствах появился датчик, считывающий отпечаток пальца владельца. Данная функция позволяет точно идентифицировать владельца и разрешить ему доступ к личным защищенным данным, таким как банковское приложение и внутренним транзакциям. В тоже время, путешествуя владелец может зайти, к примеру, в ресторан и поужинать. А после этого оплатить счет просто приложив телефон стороной со специальным датчиком к оснащеному терминалу для оплаты банковской картой. При этом, клиент заранее должен зайти в банковское приложение и в момент прикладывания к терминалу, по согласованию с кассиром, приложить палец к датчику отпечатка пальца. На всю операцию уходит не более 20 секунд. В подобной транзакции участвуют сразу несколько сторон: клиент, сервисная система для оплаты и смартфон от производителя, банковская система переводов и непосредственно предприятие, получающее оплату [3].

Один из новых векторов в развитии туризма может быть связан с внедрением преимущественно компьютерных технологий, а именно – виртуальным туризмом. Основываясь данный вид туризма сможет на основании технологии виртуальной реальности (от англ. virtualreality, VR). Суть состоит в том, что это созданный техническими средствами мир (объекты и субъекты), передаваемый человеку через его ощущения: зрение, слух, обоняние, осязание и другие. Виртуальная реальность имитирует как воздействие, так и реакции на воздействие. Для создания убедительного комплекса ощущений реальности компьютерный синтез свойств и реакций виртуальной реальности производится в реальном времени. Объекты виртуальной реальности обычно ведут себя близко к поведению аналогичных объектов материальной реальности. Пользователь может воздействовать на эти объекты в согласии с реальными законами физики (гравитация, свойства воды, столкновение с предметами, отражение и т. п.). Однако, часто в развлекательных целях пользователям виртуальных миров позволяет больше, чем возможно в реальной жизни (например: летать, создавать любые предметы и т. п.). Описанные возможности позволяют симитировать туристическое путешествие, не перемещаясь физически за пределы своего местонахождения и при этом, не затрачивая больших средств. Несмотря на несоответствие виртуального туризма с понятием туризма как физического перемещения, данный вид путешествий может стать очень актуальным, особенно для людей с ограниченными возможностями [5].

Таким образом, туристическая сфера является одной из сфер экономики, которая постоянно совершенствуется. Научно-технический прогресс активно и позитивно влияет на развитие туризма. Одно только развитие мобильных технологий и интернета привели к значительной популяризации туризма и предложений туристических предприятий, и, как следствие, спроса на данные виды услуг. В этом направлении Россия шагает в ногу со временем, держится на уровне мировых тенденций и имеет огромные возможности для дальнейшего развития, несмотря на сложные экономические процессы в стране.

Литература

1. Википедия. Виртуальная реальность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Виртуальная_реальность
2. РБК. Digital по умолчанию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbcplus.ru/news/5672840e7a8aa90970585699>
3. РБК. Реальная прибыль в виртуальной реальности: принципы правильного интернет-продвижения [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.rbcplus.ru/partners/576130e57a8aa936db7d2bda>
4. Рузавин Г. И. Виртуальность // Новая философская энциклопедия / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В. С. Стёпин, заместители предс.: А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин, уч. секр. А. П. Огурцов. — 2-е изд., испр. и допол. — М.: Мысль, 2010.
5. Фореман Н., Коралло Л.// Прошлое и будущее 3-D технологий виртуальной реальности. - Статья. - УДК 612.84 004.9 004.946. - журнал Научно-технический вестник ИТМО. - ноябрь-декабрь 2014
6. Энциклопедия социологии / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. — Мн.: Книжный Дом, 2003. — 1312 с.
7. Яндекс. Развитие интернета в регионах России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016

РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

М.Е. Комарова,

кандидат географических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Туризм в настоящее время становится все более важной отраслью экономики многих стран. Постоянно расширяются география туризма и его разновидности. Мировой опыт показывает, что еще в 80-х годах XX века в развитых странах сформировалась новая форма туристско-рекреационной деятельности – экологический туризм (экотуризм). Сегодня экологический туризм стал одним из наиболее развивающихся секторов мировой туристской индустрии. По оценкам ВТО доля экотуризма к началу XXI в. достигла 20 % от всего рынка мирового туризма [2].

Решение важной социально-экономической задачи – повышение уровня благосостояния и качества жизни российских граждан, сохранение природных ресурсов для будущих поколений во многом определяется состоянием экологического туризма в нашей стране. Одной из актуальных проблем его развития, является проблема, связанная с расширением системы особо охраняемых природных территорий (ООПТ), что усиливает потребность в эффективном использовании их туристско-рекреационных ресурсов. В этих условиях актуальной задачей повышения эффективности функционирования сферы туризма в Российской Федерации, и в Белгородской области, в частности, является научная разработка экономических и организационных основ управления развитием экологического туризма на особо охраняемых природных территориях.

Особо охраняемые природные территории (ООПТ) – это территориальная форма охраны природы, исключаящая, строго ограничивающая или четко регламентирующая любые формы прямого использования природных ресурсов, обеспечивающая сохранение и восстановление любых форм биологического разнообразия, природной и природно-культурной среды, как при естественном ходе природных процессов, так и при специаль-