

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2021.14.61.041

Применение средств электронной коммерции в практике развития туристской дестинации

Молчанова Виолетта Сергеевна

Преподаватель,
Сочинский государственный университет,
354000, Российская Федерация, Сочи, ул. Советская, 26-а;
e-mail: v.molchanova_1991@list.ru

Аннотация

Электронная коммерция сильно повлияла на процесс ведения бизнеса в сфере туризма. Нововведения в туристском бизнесе связаны, в первую очередь, с высокими темпами научно-технического прогресса влияющего на уклад общества в целом. В статье обсуждается применение средств электронной коммерции в практике развития туристской дестинации. Актуальность использования электронной коммерции в туристском бизнесе обусловлена различными факторами, включая глобальную доступность сети Интернет, популярность использования туристами поиска предоставления туристских услуг, например, вариантов размещения через Интернет, доступную стоимость системы онлайн-бронирования и сети Интернет как канала сбыта. Автор подчеркивает, что активное внедрение систем телекоммуникаций в повседневную жизнь сказывается на общем развитии туристских регионов. Совокупность функционирования различных электронных средств в туристском бизнесе направлена на достижение устойчивого развития электронной коммерции в туризме и является обязательной частью программы мероприятий по разработке региональной системы интеграции, так как обеспечивает популяризацию и доступность электронных сервисов для широких групп населения.

Для цитирования в научных исследованиях

Молчанова В.С. Применение средств электронной коммерции в практике развития туристской дестинации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 8А. С. 331-338. DOI: 10.34670/AR.2021.14.61.041

Ключевые слова

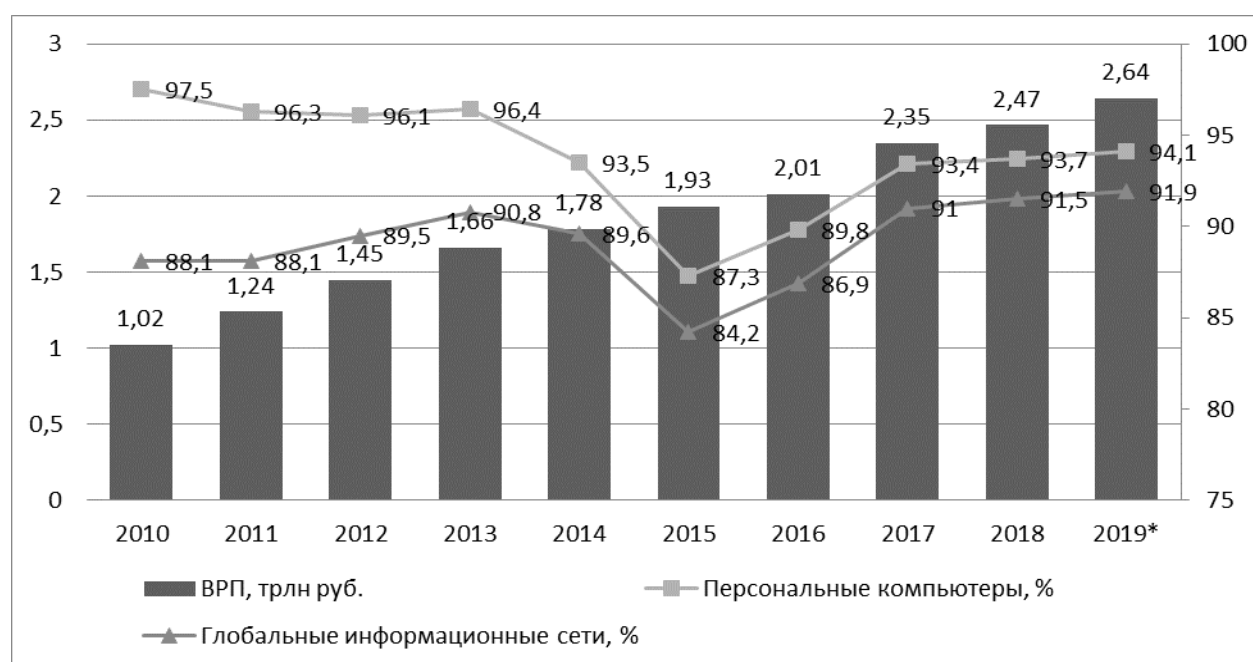
Электронная коммерция, туристская дестинация, туристский бизнес, информационные и коммуникационные технологии, туризм, бизнес.

Введение

Электронная коммерция сильно повлияла на процесс ведения бизнеса в сфере туризма. Нововведения в туристском бизнесе связаны, в первую очередь, с высокими темпами научно-технического прогресса влияющего на уклад общества в целом. В конце 1960-х и начале 1970-х годов, в совокупности с динамичными изменениями в сфере информационных и коммуникационных технологий, началось интенсивное развитие сети Интернет. Постепенно он преобразовался во всемирную коммуникационную систему, которая стимулирует реорганизацию всей деятельности компаний и фирм в самых различных областях бизнеса. Современные системы онлайн бронирования (Computer Reservation System – CRS), которые активно использовались туристскими компаниями, со временем преобразовались в глобальные распределительные системы (Global Distribution Systems – GDS), которые позволяют производить бронирование практически всех связанных с туристской деятельностью услуг; эти системы сейчас входят в арсенал стандартных рабочих инструментов в турбизнесе. И на них основано дальнейшее развитие отрасли и дестинации в целом [Ginanneschi, 2014; Абдель, 2016; Калабкина, 2016].

Основная часть

Мощным акселератором развития туристской дестинации выступает повышение доступности информации о самой территории и предлагаемых услугах в информационном пространстве. Для экономической оценки данного утверждения рассмотрим динамику численности предприятий, обладающих собственной интернет-страницей (рисунок 1) [Аналитическая служба АТОР, www].



Источник: [Федеральная служба государственной статистики, www]

Рисунок 1 - Уровень ВРП Краснодарского края и число организаций, использующих инструментарий электронной коммерции, 2010-2019 гг.

Из данных рисунка видно, что в последние годы, несмотря на общее снижение численности предприятий, доля организаций, обладающих интернет-страницей, возрастает. Таким образом, наличие электронной страницы в настоящее время является признаком конкурентоспособности и устойчивости развития бизнеса [Цифровая трансформация в туризме, www; Домрачева, 2018].

В таблице 1 представлены данные по числу персональных компьютеров в организациях. В 2019 г. показатель значителен на уровне 13816,7, что на 2 378, 7 больше его аналогичного значения в 2013 г.

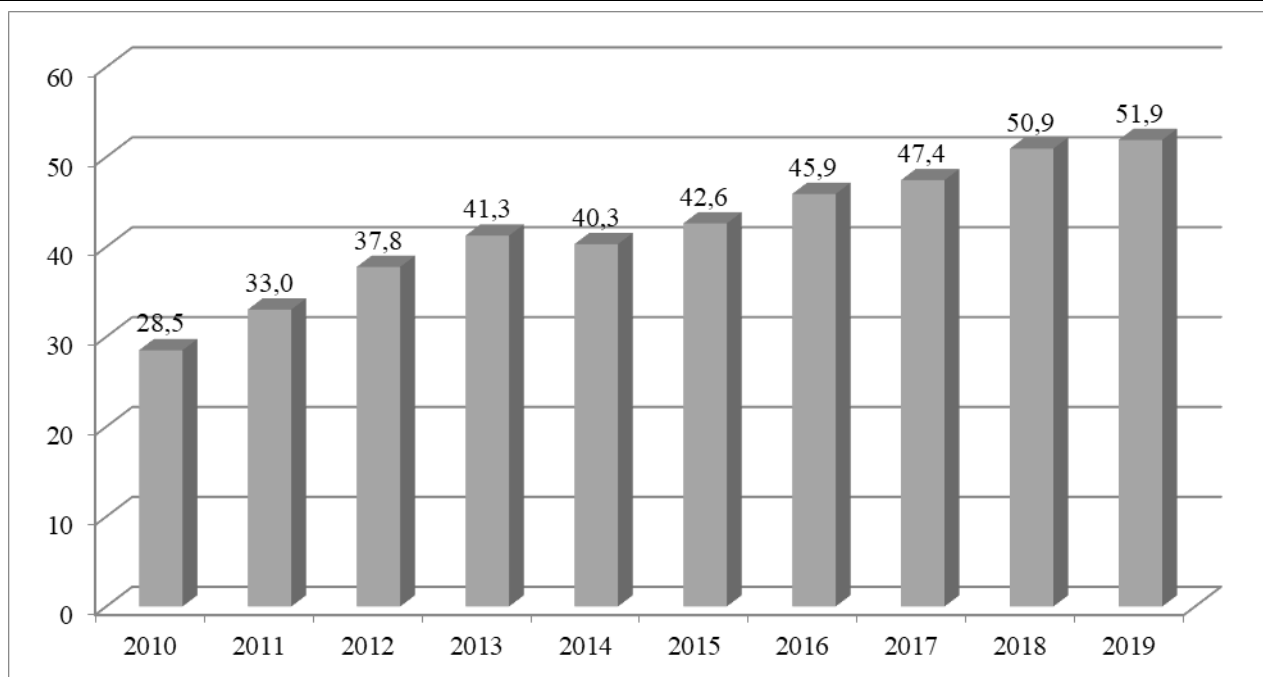
Таблица 1 - Число персональных компьютеров в организациях

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Число персональных компьютеров в обследованных организациях – всего, тыс. шт.	11438,0	11740,8	11992,3	12422,1	12765,9	13256,1	13816,7
из них:							
имевшие доступ к глобальным информационным сетям	7220,8	8157,5	8362,0	8782,2	9246,2	9744,8	10392,4
в том числе к сети Интернет	6764,4	7277,6	7561,5	8117,9	8573,9	9090,4	9734,5
Поступило персональных компьютеров в отчетном году, тыс. шт.	1351,5	1177,7	952,2	986,7	1148,8	1301,6	1453,5
Число персональных компьютеров на 100 работников – всего, шт.	44	47	49	49	50	51	51
в том числе с доступом к сети Интернет	26	29	31	32	33	35	36

Источник: [Федеральная служба государственной статистики, www]

На рисунке 2 представлена доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций. Из данных рисунка видно, что в последние годы, несмотря на общее снижение численности предприятий, доля организаций, обладающих интернет-страницей, возрастает. Таким образом, наличие электронной страницы в настоящее время является признаком конкурентоспособности и устойчивости развития бизнеса.

С 2013 по 2015 гг. отмечается отрицательная динамика доли предприятий, использующих в своей деятельности электронно-коммуникационные инструменты. Снижение доли технологически оснащенных предпринимательских структур может быть обусловлено повышением общей численности предприятий в регионе. Стоит отметить замедление темпов роста ВРП за этот период: за 2 года прирост составил 16%. За аналогичный временной промежуток с 2015 по 2017 гг. при параллельном росте проникновения электронных технологий прирост валового продукта составил 22%.



Источник: [Федеральная служба государственной статистики, www]

Рисунок 2 - Доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций, %

Природа некоторых отраслей современной промышленности такова, что обеспечение всех функций и выполнение услуг могут быть осуществлены посредством электронных сетей. Абсолютно иная ситуация в индустрии туризма и гостеприимства. Данный бизнес предполагает создание незабываемого личного опыта. Однако многие функции туристской сферы доступны в электронном виде для удобства потребителей, сотрудников и коммерческих структур, вовлеченных в данную индустрию. Функции электронного бизнеса, используемые в туристской отрасли, представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 - Бизнес-функции электронной коммерции в туризме

Сервис электронных коммуникаций в сфере туризма расширился с появлением различных онлайн серверов бронирования.

Из специализированных курортных ресурсов Интернета следует отметить «Visit-Sochi» (<https://visit-sochi.com/about/>). Сервис представляет полную достоверную информацию о туристских возможностях г. Сочи, охватывая санаторно-курортную сферу и другие интересы туристов [Visit-Sochi, www].

Также необходимо отметить веб сайт туристической компании «Анастасия», г. Сочи (<https://www.anastasiyasochi.ru>). На данном сайте есть удобные средства поиска и просмотра информации, последняя поддерживается в актуальном состоянии, в том числе происходит ежедневное обновление предложений по горящим турам и специальными предложениями от турфирмы. Ресурс позволяет как получить информацию о средствах размещения, так и провести бронирование номера, сформировать активный тур, экскурсию, круиз или выбрать детский лагерь [Туристическая Фирма «Анастасия», www].

Ниже в таблице 2 представлены самые популярные сервисы на сегодняшний день.

Таблица 2 - Популярные сервисы в сфере туризма

Название сервиса	Краткое описание
Travelata	Является одним из самых известных и доверенных сервисов, который занимается выгодными предложениями в приобретении туров. Компания предлагает путевки в достаточно разнообразное количество отправлений, на этом сервере есть возможность приобрести как стандартный тур, так и горящий со скидкой с возможностью путешествовать как по России, так и за границей.
Onlinetours	Достаточно простой и понятный в использовании сервис по оперативному поиску и покупке пакетных туров. Здесь возможно подобрать тур и подобрать выгодную для себя акцию, оплатить отпуск в онлайн формате.
Tripinsurance.ru	Сервис, представляющий под собой компанию, которая занимается страхованием путешествий, как по территории Российской Федерации, так и по другим странам. Есть возможность получить страховку от разных происшествий, включая болезнь.
Level.Travel	Сервис, с помощью которого можно найти тур по оптимальной цене в одно из популярных направлений, ознакомиться с существующим графиком цен с возможностью отслеживания их изменения для оценки, когда можно приобрести путевку по наиболее выгодной цене.
Cherehapa	Сервис поможет быстро получить полис в режиме онлайн. Следует только выбрать подходящий тип страхования, оплатить его и получить информацию на электронную почту.
Strahovkaru.ru	Универсальный поисковой сервис, где можно найти различные варианты страхования, в том числе и для путешественников. Выбрать необходимую категорию и ознакомиться с предложениями от страховых компаний любого города.
Misto.Travel	Сервис, позволяющий осуществлять поиск и сравнение цен на пакетные туры всех основных туроператоров на рынке. Возможно выбрать выгодный пакетный тур в одно из популярных направлений, и отследить изменение цен. В некоторых случаях предусматривается кешбэк.
Сравни.ру	Данный ресурс позволяет провести сравнительной обзор предложений от различных страховых и прочих компаний. Выбрать подходящий вариант из предложенных и обратиться в соответствующую компанию.

Название сервиса	Краткое описание
100 дорог. Туристский сервер «100 дорог» (www.tours.ru)	Данный тематический ресурс представлен на рынке с 1996 года. Как самый крупный туристский портал, занимает высокие позиции среди подобных ресурсов в секторе «Путешествия». Его целевым направлением является предоставление информации, как для профессионалов, так и обычных потребителей туристских услуг.

Источник: [Самостоятельный туризм..., www; Полезные сервисы для путешествий..., www]

Чтобы производить адекватную оценку прямого влияния электронных инструментов на развитие туристской дестинации определяют набор абсолютных показателей, характеризующих уровень развитости дестинации. Выделяют ключевые направления развития курортного региона, на которые непосредственно оказывает воздействие использования средств электронной коммерции. К ним относятся:

-экономическое развитие – оптимизация операционной деятельности предприятий, сокращение издержек и расширение границ деятельности региональных субъектов экономических отношений, а также рост доходов бюджета в связи с ростом производительности и прибыльности местного бизнеса;

-социальное развитие – улучшение уровня жизни населения, оснащенность объектами инфраструктуры, оптимизация социальных выплат;

-инвестиционное – рост инвестиционной привлекательности региона, обновление производственных мощностей, реализация новых инвестиционных проектов.

В целом, благодаря анализу текущего спроса клиентов по различным направлениям, проведению сравнительных характеристик спроса за несколько лет, анализу предложений турфирм по отдельным направлениям деятельности, подбору партнеров и турагентов (в том числе в регионах), направлению информации по групповым предложениям от корпоративных клиентов, проведению тематических опросов клиентов проводится маркетинговое продвижение дестинации и отдельных предпринимательских структур, а также пред- и послепродажная коммуникации переходят в онлайн.

Заключение

Совокупность функционирования различных электронных средств в туристском бизнесе направлена на достижение устойчивого развития электронной коммерции в туризме и является обязательной частью программы мероприятий по разработке региональной системы интеграции, так как обеспечивает популяризацию и доступность электронных сервисов для широких групп населения.

Библиография

1. Абдель В.М. Влияние современных технологий на развитие электронного туризма // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 2(63). С. 4-12.
2. Аналитическая служба АТОР. URL: https://www.atorus.ru/main/ratings/analitic_mrch/new/46413.html
3. Домрачева Ю. Аналитика и свежие данные рынка онлайн-продаж авиабилетов. 2018. URL: <https://blog.travelpayouts.com/flight-tickets-analytic/>
4. Калабкина И.М. Использование электронной коммерции на предприятиях индустрии туризма // Научно-теоретический журнал. 2016. № 3. С. 35-38.
5. Полезные сервисы для путешествий, туризма и поездок. URL: <https://flyallaround.ru/servisy-dlya-puteshestvij-turizma-i-poezdok/>
6. Самостоятельный туризм. Обзор интернет-сервисов. URL: <https://zen.yandex.ru/media/>

- account_travel/samostoiatelnyi-turizm-obzor-internetservisov-5bcb072a4b7849 00ac541301
7. Туристическая Фирма «Анастасия». URL: <https://www.anastasiyasochi.ru/accomodation/>
 8. Федеральная служба государственной. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14478?print=1>
 9. Цифровая трансформация в туризме: тренды 2020. URL: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformaciya-v-turizme-trendy-2020>
 10. Ginanneschi M. The Impact of E-Commerce on Hotel Management: Evidences from a Sample of Tuscan Hotels // AlmaTourism. 2014. № 10. URL: almatourism.unibo.it/article/download/4775/4264
 11. Visit-Sochi. URL: <https://visit-sochi.com>

Application of e-commerce tools in the practice of developing a tourist destination

Violetta S. Molchanova

Lecturer,
Sochi State University,
354000, 26-a, Sovetskaya str., Sochi, Russian Federation;
e-mail: v.molchanova_1991@list.ru

Abstract

E-commerce has greatly influenced the travel business. Innovations in the tourism business are associated, first of all, with the high rates of scientific and technological progress affecting the way of society as a whole. Modern online booking systems (Computer Reservation System), which were actively used by travel companies, have over time transformed into global distribution systems, which make it possible to book almost all tourism-related services. The article discusses the use of e-commerce tools in the practice of developing a tourist destination. The relevance of the use of e-commerce in the tourism business is due to various factors, including the global availability of the Internet, the popularity of tourists using search for the provision of travel services, for example, accommodation options via the Internet, the affordable cost of the online booking system and the Internet as a sales channel. The author of the paper emphasizes that the active introduction of telecommunication systems into everyday life affects the overall development of tourist regions. The totality of the functioning of various electronic means in the tourism business is aimed at achieving sustainable development of e-commerce in tourism and is an obligatory part of the program of measures for the development of a regional integration system, as it ensures the popularization and availability of electronic services for wide groups of the population.

For citation

Molchanova V.S. (2021) *Primenenie sredstv elektronnoi kommertsii v praktike razvitiya turistskoi destinatsii* [Application of e-commerce tools in the practice of developing a tourist destination]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (8A), pp. 331-338. DOI: 10.34670/AR.2021.14.61.041

Keywords

E-commerce, tourist destination, tourist business, information and communication technologies, tourism, business.

References

1. Abdel' V.M. (2016) Vliyanie sovremennykh tekhnologii na razvitiye elektronnoy turizma [The influence of modern technologies on the development of electronic tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 10, 2(63), pp. 4-12.
2. *Analiticheskaya sluzhba ATOR* [ATOR Analytical Service]. Available at: https://www.atorus.ru/main/ratings/analytic_mrch/new/46413.html [Accessed 08/08/2021]
3. Domracheva Yu. (2018) *Analitika i svezhie dannye rynka onlain-prodazh aviabiletov* [Analytics and fresh data of the online air ticket sales market]. Available at: <https://blog.travel payouts.com/flight-tickets-analytic/> [Accessed 08/08/2021]
4. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi* [Federal State Statistics Service]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/14478?print=1> [Accessed 08/08/2021]
5. Ginanneschi M. (2014) The Impact of E-Commerce on Hotel Management: Evidences from a Sample of Tuscan Hotels. *AlmaTourism*, 10. Available at: almatourism.unibo.it/article/download/4775/4264 [Accessed 08/08/2021]
6. Kalabkina I.M. (2016) Ispol'zovanie elektronnoi kommersii na predpriyatiyakh industrii turizma [The use of e-commerce at the enterprises of the tourism industry]. *Nauchno-teoreticheskii zhurnal* [Scientific-theoretical journal], 3, pp. 35-38.
7. *Poleznye servisy dlya putestvii, turizma i poezdok* [Useful services for travel, tourism and travel]. Available at: <https://flyallaround.ru/servisy-dlya-putestvii-turizma-i-poezdok/> [Accessed 08/08/2021]
8. *Samostoyatel'nyi turizm. Obzor internet-servisov* [Self-guided tourism. Overview of Internet services]. Available at: https://zen.yandex.ru/media/account_travel/samostoiatelnyi-turizm-obzor-internetservisov-5bcb072a4b784900ac541301 [Accessed 08/08/2021]
9. *Tsifrovaya transformatsiya v turizme: trendy 2020* [Digital transformation in tourism: 2020 trends]. Available at: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformatsiya-v-turizme-trendy-2020> [Accessed 08/08/2021]
10. *Turisticheskaya Firma «Anastasiya»* [Anastasia Travel Agency]. Available at: <https://www.anastasiyasochi.ru/accomodation/> [Accessed 08/08/2021]
11. *Visit-Sochi*. Available at: <https://visit-sochi.com> [Accessed 08/08/2021]