

Желватых Анна Артемьевна

ДИНАМИКА И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

Туристическая отрасль сегодня - одно из передовых направлений, которое тесно связано с экономикой, международными отношениями и, конечно, - с развитием IT. Статья описывает динамику туристического рынка и факторы его развития. Автор акцентирует внимание на внедрении новых инновационных технологий в туристическую деятельность.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/7/12.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (62). С. 48-49. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

8. Жежера Н. И., Абубакиров Д. Р. Испытания с вибрацией изделий на герметичность жидкостью устройством с горизонтальной трубкой // Законодательная и прикладная метрология. М., 2007. № 3. С. 82-84.
9. Жежера Н. И., Куленко Е. С. Влияние объема эталонной емкости на погрешность измерений утечек газа из изделия, испытываемого на герметичность с использованием пузырьковой камеры // Законодательная и прикладная метрология. М., 2003. № 1. С. 26-28.
10. Жежера Н. И., Самойлов Н. Г. Теоретические положения к устройству измерения динамической составляющей расхода газа // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 4 (39). С. 47-50.
11. Майер В. В. Кумулятивный эффект при простых опытах. М.: Наука, 1989. 192 с.
12. Метрология: специальные общетехнические вопросы / гл. ред. Ю. И. Шендлер. М.: ГНТИ нефтяной и горно-топливной литературы, 1962. Кн. первая. 735 с.
13. Патент на изобретение № 2308691 РФ. Способ испытания цельных или с неподвижными соединениями изделий на герметичность. Авторы изобретения Н. И. Жежера, Д. Р. Абубакиров. Приоритет от 26.04.2006. Опубл. 20.10.2007. Бюлл. № 29.
14. Перник А. Д. Проблемы кавитации. Л.: Судостроение, 1966. 486 с.

УДК 33

Экономические науки

Туристическая отрасль сегодня - одно из передовых направлений, которое тесно связано с экономикой, международными отношениями и, конечно, - с развитием ИТ. Статья описывает динамику туристического рынка и факторы его развития. Автор акцентирует внимание на внедрении новых инновационных технологий в туристическую деятельность.

Ключевые слова и фразы: информационные технологии; электронная коммерция; туристический рынок; турпродукт; продвижение; сбытовые каналы; туристическая инфраструктура.

Анна Артемьевна Желватых

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
anna_zhelvatykh@mail.ru*

ДИНАМИКА И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ[©]

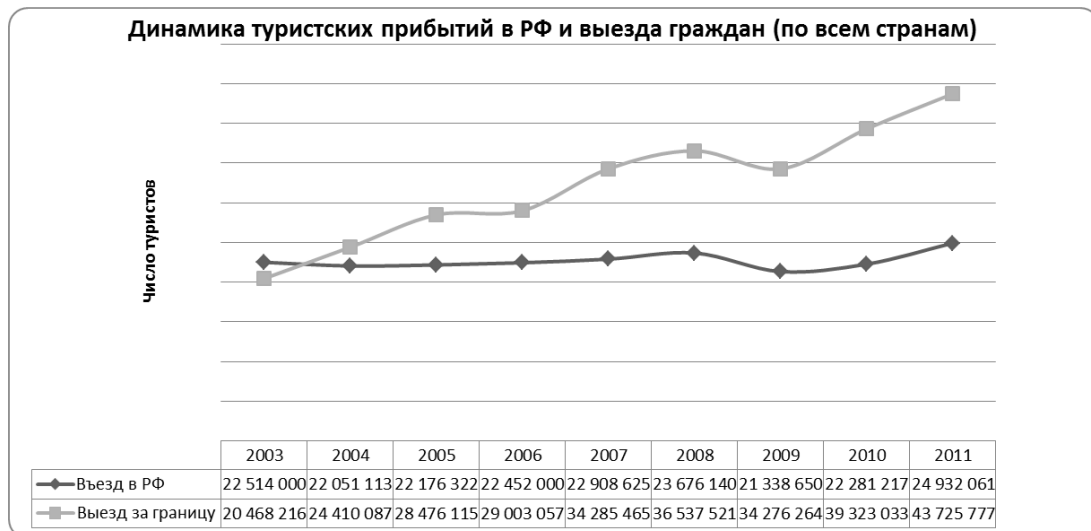
В условиях динамичного развития бизнеса, социально-экономических отношений, постоянных изменений деловой среды конкурентоспособность любой организации на рынке во многом определяется уровнем её информатизации. Важную роль в данном случае играют процессы оперативной и эффективной обработки больших объемов информации, анализа, интеграции, передачи данных и своевременного применения результатов в работе. Сфера туризма сегодня является одной из наиболее информоемких в связи со спецификой предлагаемых услуг. Для нее требуются системы, с помощью которых можно получить сведения о номерном фонде и доступности апартаментов в гостиницах, а также системы с функциями бронирования, заказа транспортных перевозок и экскурсий, прокладывания маршрута путешествия, формирования билетов, счетов, обеспечения справочной информацией и так далее. Таким образом, мы видим, что роль ИТ в туристической отрасли довольно высока, ведь от скорости обслуживания, удобства работы в системе, набора реализованных возможностей во многом зависит результат деятельности турфирмы.

В настоящее время важным и перспективным звеном в туристическом бизнесе является *электронная коммерция (e-commerce)* - вид деловой активности, при котором все финансовые и торговые операции совершаются через Интернет. Электронная коммерция позволяет осуществлять продажи, электронные аукционы, сервисное обслуживание, различные маркетинговые мероприятия. Наличие Интернета делает *e-commerce* доступной для фирм любого масштаба и рода деятельности. В туристическом бизнесе электронная коммерция нашла своё применение в электронных туристических офисах, где клиент может приобрести тур, забронировать номера в отеле, оплатить авиа- и жд-билеты, зарезервировать автомобиль напрокат или заказать такси в любой точке земного шара. В основе мотивации пользования интерактивными агентствами на первом месте стоит удобство (78,4%), на втором - отсутствие давления при покупке (66,4%), далее - экономия времени (64,2%) и возможность получить информацию непосредственно от туроператора [2, с. 3-9]. Доступность, оперативность, благоприятное воздействие на потенциального покупателя и расширение географии сбыта являются большими преимуществами электронных туристических магазинов. Таким образом, *e-commerce* снижает нагрузку на менеджеров в офисе, влияет на структуру производства и продаж турпродукта, а в перспективе, возможно, упростит процесс оформления тура.

Другим весомым фактором влияния ИТ на развитие туристического бизнеса является внедрение новых технологий продвижения туристических продуктов и услуг. Это обусловлено тем, что грамотное использование

IT в ходе разработки, предложения и сбыта услуг на рынке напрямую влияет на успех компании. К традиционным каналам распространения относятся сайты и доски объявлений, контекстная и баннерная реклама. Однако стремительное развитие новых технологий позволяет открыть более современные способы презентации туристического продукта. Так, все большее распространение получают социальные сети, различные он-лайн сервисы, приложения. Многие из них могут быть отличным «орудием» в руках туристических компаний, служащим для привлечения клиентов. Следовательно, использование передовых информационных технологий инициировало появление новых сбытовых каналов и способствует продвижению турпродукта. Лидерами в использовании новых коммуникаций являются США, Япония и некоторые страны Западной Европы (Италия, Великобритания, Германия) [Там же]. На российском рынке внедрение подобных технологий просто необходимо, так как индустрия туризма нуждается в свежих системах управления и инновационных программах развития, которые позволят осуществлять обслуживание на уровне мировых стандартов и повысят позиции страны на мировой арене. Использование новых технологий в туристической отрасли может послужить развитию международных торгово-экономических отношений России и укреплению национальной экономики страны.

Россия, несмотря на высокий потенциал, по-прежнему занимает невысокое место на мировом туристском рынке: на ее долю приходится приблизительно 3% мирового туристского потока. По оценкам специалистов ВТО, потенциальные возможности России позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры принимать до 40 млн иностранных туристов в год [1, с. 83]. Однако по данным на 2012 год, количество иностранных гостей, приезжающих в Россию с деловыми, туристскими и частными целями, остановилось в 2011 году на отметке около 25 млн. Это отражено на графике туристских поездок, составленном на основе материалов Росстата:



Итак, выделим факторы развития российского туррынка и формирования новых туристских потоков.

- *Поддержка государственными органами, федеральными туристическими организациями.*
- *Урбанизация (концентрация всё большей доли населения в городах).*
- *Упрощение визовых режимов.*
- *Укрепление туристической инфраструктуры в стране, повышение качества сервиса.*
- *Маркетинговые мероприятия: выставки, официальные визиты, распространение рекламной продукции, телевизионное и Интернет-сопровождение, выявление новых каналов продвижения турпродукта.*
- *Развитие областей, тесно связанных с туризмом: транспортной, культурной, здравоохранительной, а также информационных и коммуникационных технологий.*

Список литературы

1. **Вавилова Е. В.** Основы международного туризма: учебное пособие. М.: ГАРДАРИКИ, 2005. 160 с.
2. **Милинчук Е. С.** Глобализация рынка туристических услуг: особенности проявления // Туризм и культурное наследие. Саратов: Изд-во СГУ, 2005. Вып. 3. С. 3-9.