

СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

NET TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM

ЩЕКУНЦОВА О.С., магистрант кафедры туризма Высшей школы
бизнеса, Южный федеральный университет

E-mail: olga.shhekunczova@mail.ru

СМОТРОВА И.А., магистрант кафедры туризма Высшей школы
бизнеса, Южный федеральный университет

E-mail: inna1992.04.17@yandex.ru

РУБАН Д.А., Philosophy Doctor, доцент кафедры туризма Высшей
школы бизнеса, Южный федеральный университет

E-mail: ruban-d@mail.ru, ruban-d@rambler.ru

SCHEKUNTSOVA O., Holder of a Master's degree, Tourism Chair, the
Higher School of Business, the Southern Federal University

E-mail: olga.shhekunczova@mail.ru

SMOTROVA I., Holder of a Master's degree, Tourism Chair, the Higher
School of Business, the Southern Federal University

E-mail: inna1992.04.17@yandex.ru

RUBAN D., Philosophiae Doctor, associate professor, Tourism Chair, the
Higher School of Business, the Southern Federal University

E-mail: ruban-d@mail.ru, ruban-d@rambler.ru

Аннотация

Информационные и, в частности, сетевые технологии формируют новые возможности для развития регионального туризма. Их внедрение делает благоприятной социально-экономическую среду региона, создавая инновационные стимулы, обеспечивая инвестиционные потоки, повышая эффективность функционирования организаций туристической индустрии, стимулируя активный отдых и меняя взгляды населения на проведение досуга во время выходных и праздничных дней. Сетевые технологии позволяют успешно формировать корректный и конкретный туристический образ региона, распространять его среди широкой целевой аудитории, а также повышать качество его восприятия потребителями туристических продуктов и услуг. Также они расширяют возможности планирования регионального туризма на научной основе. Сетевые технологии важны для развития регионального туризма при рассмотрении последнего в качестве как экономического, так и социального явления.

Abstract

Information and, particularly, net technologies provide new opportunities for the development of regional tourism. Their implementation makes socio-economic

environment of the region more favorable, establishing new innovation stimuli, providing investment flows, increasing effectiveness of organization performance in the tourism industry, stimulating active time spending and changing people's views on leisure during weekends and holidays. Net technologies permit to form successfully a correct and concrete tourism image of the region, to distribute this image among the wide target audience, and to increase the quality of its perception by consumers of tourism products and services. It also extends the opportunities of planning of regional tourism on the scientific basis. Net technologies are important for the development of regional tourism when the latter is considered both as economic and social phenomenon.

***Ключевые слова:** информационные технологии, сетевые технологии, туристическая индустрия, образ региона, региональное планирование*

***Key words:** information technologies, net technologies, tourism industry, regional image, regional planning.*

Туризм является не только самостоятельной отраслью экономики, но и общественным явлением. Следовательно, его развитие находится в тесной зависимости от направленности и уровня социально-экономического прогресса. Значительное влияние на развитие туризма оказывают процессы глобализации в мировой экономике, интенсификация межкультурной коммуникации, а также появление массового спроса на комбинацию активного проведения досуга и получение образования. При этом большая степень интеграции мирового сообщества и высокая скорость принятия решений увеличивают риск ошибок, которые могут привести к возникновению масштабных кризисных явлений [8]. Важным фактором развития туризма на современном этапе является формирование глобального, национального и регионального сетевого пространства, которое способствует распространению идей относительно туристических дестинаций, позволяет использовать более эффективные инструменты продвижения туристических продуктов и услуг, создает возможности для принципиально иных механизмов управления туристическими проектами и т.д. Информационные технологии так или иначе присутствуют на каждой стадии «жизненного» цикла услуги. Сказанное выше приобретает особое значение в связи с необходимостью учета кризисных явлений в современной индустрии туризма [6].

На важность современных информационных технологий для развития туризма неоднократно обращалось внимание [3-4]. Однако эта тема является весьма широкой, и целый ряд связанных с ней вопросов еще требует рассмотрения. В частности, представления об информационно-коммуникационной среде как факторе регионального экономического развития [1-2] могут быть применены к индустрии туризма. Это особо актуально для тех регионов, где таковая является основой экономики. Целью настоящей работы является рассмотрение некоторых новых возможностей

для развития туризма на региональном уровне, появившихся в результате массового распространения информационных технологий (прежде всего, сетевых). С практической точки зрения это важно для осознания таких возможностей представителями как бизнес-сообщества, так и административных органов.

Прежде всего, следует обратить внимание на причины, позволяющие акцентировать внимание на развитии именно регионального туризма в России. Во-первых, это важно для переориентации части туристских потоков «внутрь» страны одновременно с массовым удовлетворением спроса на активное проведение досуга. Во-вторых, с учетом размеров российских регионов (как по площади, так и по населению) именно на региональном уровне туристическая деятельность должна быть наиболее просто организуемой и управляемой. В-третьих, богатые природные и историко-культурные ресурсы субъектов Федерации создают благоприятные предпосылки для развития широкого спектра направлений (в т.ч. просветительских) туристическо-рекреационной деятельности. Развитие сетевых технологий формирует, как минимум, три основные возможности для развития регионального туризма. Первая из них связана с появлением новых экономических инструментов стимулирования этой индустрии. Вторая возможность заключается в расширении каналов продвижения образа региона. Наконец, третья выражается в развитии аппарата научно обоснованного планирования регионального туризма.

Развитие информационных технологий способствует становлению сетевого пространства в масштабе отдельно взятого региона. В свою очередь, это благоприятным образом сказывается на социально-экономическом развитии последнего [1-2], что создает несколько существенных предпосылок для развития туристической индустрии. Во-первых, инновационный вектор развития экономики должен сказываться на всех отраслях, развивающихся в регионе, включая туризм. Организации будут «вынуждены» ориентироваться на создание более качественных и более разнообразных туристических продуктов и услуг, отвечающих требованиям современного инновационно-ориентированного общества. Более того, им самим придется принять участие во внедрении информационных технологий. Это может происходить как по инициативе отдельных организаций, решающих конкретные, актуальные только для каждой из них, задачи, так и за счет активного продвижения сетевых технологий региональным бизнес-сообществом, профессиональными объединениями, различными ассоциациями и пр., которые смогут, с одной стороны, задать соответствующий вектор развития, а с другой - обеспечить консультационную, техническую и финансовую поддержку решения этой задачи на уровне отдельных туристических организаций. Без инициатив по внедрению сетевых технологий последние окажутся неконкурентоспособными, причем в сравнении как с такими же организациями из других инновационно развитых регионов, так и с теми, что действуют в прочих отраслях (и вовсе не обязательно в сфере услуг) в том же

самом регионе. Последнее связано с тем, что туристические организации конкурируют с прочими хозяйствующими субъектами за доступ к региональным источникам финансирования и механизмам поддержки (в т.ч. административным), условием чего при инновационном векторе развития является их постоянное совершенствование. Следует также отметить, что инновационная направленность региональной экономики должна способствовать диверсификации туризма, а именно активному становлению его новых для конкретного региона направлений. В числе таковых традиционно рассматривают экологический туризм. Однако речь может также идти о геологическом, креативном, приключенческом туризме и т.д. Наконец, развитие информационно-коммуникационной среды может привести к созданию непосредственно в регионе новых сетевых технологий, которые окажутся востребованными действующими в его пределах организациями туристической индустрии.

Во-вторых, развитие сетевых технологий предопределяет экономическую успешность региона в целом [1-2]. В частности, это означает наличие большего количества средств и совершенствование механизмов привлечения инвестиций (в т.ч. венчурного капитала). Это важно для становления индустрии туризма. В-третьих, экономическое развитие региона за счет внедрения сетевых технологий способствует повышению экономического благополучия населения, его большей информированности о возможностях активного проведения досуга, а также приобщению людей к современной мировой «культуре» туризма. Иными словами, речь идет о влиянии таких технологий на количественные и качественные характеристики спроса на туристические продукты и услуги.

Помимо сказанного выше, сетевые технологии способствуют также региональному развитию туризма путем экономического стимулирования отдельных организаций. Так, внедрение «облачных» технологий в туристических организациях способствует снижению трудоемкости многих операций, а также создает дополнительные возможности для межорганизационного сотрудничества (см. также [1]). Как следствие, повышается эффективность работы сотрудников и снижаются затраты на оказание услуг. Кроме того, такие технологии позволяют, с одной стороны, структурировать источники информации по их важности для туристических организаций определенного типа, а с другой - обеспечивать «гибкость» связи между этими источниками. Актуальность решения подобной задачи, представляющейся весьма специфической, связана с тем, что в современных условиях значимость специально организуемых групповых туров снижается. Напротив, растет спрос на индивидуальный и в достаточной степени неорганизованный отдых. Все это важно при развитии регионального туризма, так как отдых в пределах одного субъекта Федерации требует, прежде всего, наличия рынка единичных туристических услуг, оказываемых в пределах конкретных активно посещаемых объектов. Одновременно с этим требуется организация въездного туризма, чему способствует деятельность туристических агентств и операторов. При этом турист должен быть

правильно проинформирован и с легкостью находить необходимые ему сведения, в том числе об услугах, которые может предоставить ему данный регион.

Вторая из вышеобозначенных возможностей связана с туристическим образом региона. Роль сетевых технологий в его формировании, распространении и целенаправленном продвижении огромна, так как именно обращение к сетевому пространству стало в настоящее время главным средством получения знаний относительно предполагаемой цели поездки. Важно отметить, что такая ситуация способствует появлению новых параметров/составляющих образа региона, связанных с особенностями представления и распространения информации в сетевом пространстве. Например, речь идет о дизайне туристско-ориентированных web-страниц [7] и способах навигации по ним.

По своей природе туристический образ региона является двояким. С одной стороны, он «материализуется» (и при этом конкретизируется) в виде информации о регионе, указывающей на его отличительные особенности в качестве дестинации. С другой стороны, это образ в восприятии потенциальных туристов. Хорошо развитое сетевое пространство позволяет накапливать большие объемы сведений, создавая, тем самым, образ, предельно полно отражающий действительную привлекательность конкретного региона. При этом, как бы хорошо не было развито сетевое пространство, предоставленная информация должна быть упорядочена, а работа с ней - проста. Более того, многие из современных туристов, собирающих информацию о цели предполагаемой поездки, судят о привлекательности дестинации по количеству информации о ней, большой объем которой создает видимое впечатление востребованности. Сетевые технологии способствуют также распространению этого образа и знакомству с ним самого широкого круга потенциальных посетителей. Более того, существуют информационные инструменты, позволяющие, с одной стороны, воздействовать на туристов различными способами (например, через интерактивные текстовые описания, демонстрацию видеороликов (в т.ч. on-line трансляции), комбинированное изображение достопримечательностей на картах и фотографиях и т.д.), а с другой - способствовать его качественному (глубокому и корректному) восприятию.

Развитие информационных технологий способствует активному формированию туристического образа региона в сетевом пространстве за счет трех источников данных. Это информация, распространяемая туристическими организациями, административными органами и прочими действующими в регионе субъектами социально-экономической сферы, а также самими туристами. Роль последнего источника тем больше, чем больше степень развития и доступность современных информационных технологий, включая социальные сети. Так, выкладываемые в сети Internet фотографии посещенных объектов и впечатления от поездки существенно влияют на образ региона [5]. Такая множественность источников данных способствует некоторому «усреднению» и подчас «размытости»

туристического образа и создает трудности управления им. Это означает необходимость новых решений в пределах того же сетевого пространства. В частности, Internet-страницы крупных туристических организаций, действующих в пределах субъекта Федерации, а также официальные порталы административных органов, отвечающих за развитие регионального туризма, должны обладать несомненным приоритетом в распространении информации, определяющей образ региона, т.е. обладать конкурентными преимуществами в сравнении с прочими источниками информации. Это означает, в том числе, разработку таких Internet-страниц с применением новейших достижений в области информационных технологий.

Еще одна возможность для регионального развития туризма (и экономики в целом [1-2]) связана с тем, что сетевые технологии способствуют его научно обоснованному планированию. Туризм является достаточно специфической отраслью экономики, которая требует больших объемов инвестиций при длительных сроках окупаемости конкретных бизнес-проектов. Это означает значительное участие административных органов в его развитии, которое, как уже говорилось, наиболее эффективно на уровне отдельных субъектов Федерации. В частности, речь идет о разработке региональных средне- и долгосрочных программ развития туристической деятельности, основной задачей которых является именно планирование последней. Для корректного определения приоритетов и обозначения возможных путей достижения поставленных задач требуется учет максимального количества разнообразной информации относительно туристической деятельности в регионе. При этом равное внимание должно уделяться как экономическим, так и социальным параметрам. Первые важны в связи с тем, что в значительной степени именно экономические возможности развития организаций определяют предложение на рынке туристических продуктов и услуг. Необходимость внимания к социальным параметрам определяется тем, что спрос со стороны населения на эти продукты и услуги зависит как от качества жизни, так и от уровня образованности (он влияет на представления о проведении досуга и отдыхе, а также на знания о дестинациях), мобильности (в т.ч. готовности путешествовать ради повышения профессиональной квалификации и расширения кругозора), вовлеченности в социальные инициативы и т.д.

Именно информационные технологии могут обеспечить сбор указанных выше данных. При этом только самые современные сетевые технологии позволяют не просто скомпилировать «отвлеченные» показатели социально-экономического развития, но также собирать и анализировать фактические предпочтения населения и удовлетворенность им туристическими продуктами и услугами. Для решения подобных задач потребуются инструменты анализа данных из социальных сетей, обычно используемые в сугубо научных целях [5]. Иными словами, разработка региональных программ развития туризма возможна только с применением научных методов, которые сами по себе в значительной степени основываются на использовании сетевых технологий.

Подводя итог сказанному, можно сделать следующие общие выводы. Во-первых, внедрение информационных и, в частности, сетевых технологий является важным фактором развития не только туристических организаций [3-4], но и всей региональной туристической индустрии. Во-вторых, разнообразные сетевые технологии имеют прямое отношение как к экономическим, так и к социальным предпосылкам развития туризма в регионах. Перспективным для последующего изучения представляется вопрос об объемах инвестиций, требуемых для успешного внедрения новейших информационных технологий в региональной туристической индустрии.

Авторы выражают благодарность Е.А. Носачевской (МГГУ, г. Москва), М.М. Романовой (МЭСИ, г. Москва) и прочим коллегам за помощь с литературой.

Литература:

1. Казаков К.В., Носачевская Е.А. Информационно-коммуникационная среда как ключевой фактор инновационного развития региональной экономики // Известия Юго-Западного гос. ун-та. - Серия «Экономика. Социология. Менеджмент». - 2014. - № 1. - С. 57-61.

2. Носачевская Е.А., Казаков К.В. Научное обеспечение региональной экономики в условиях развития информационных технологий. - М.: Дело, 2014. - 160 с.

3. Романова М.М. Информационные технологии в туризме // Материалы конференции. Международная научно-практич. конф. «Ценности и интересы современного общества». - Ч. 3. - М.: МЭСИ, 2013. - С. 89-93.

4. Шаховалов Н.Н. Интернет-технологии в туризме. - Барнаул: Изд-во АлтГАКИ, 2007. - 247 с.

5. Lo I.S., McKercher B., Lo A., Cheung C., Law R. Tourism and online photography // *Tourism Management*. - 2011. - V. 32. - P. 725-731.

6. Paraskevas A., Altinay L., McLean J., Cooper C. Crisis knowledge in tourism: types, flows and governance // *Annals of Tourism Research*. - 2013. - V. 41. - P. 130-152.

7. Rodriguez-Molina M., Frias-Jamilena D., Castaneda-Garcia J. The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement // *Tourism Management*. - 2015. - V. 47. - P. 303-317.

8. Walumbwa F., Maidique M., Atamanik C. Decision-making in a crisis: What every leader needs to know? // *Organizational Dynamics*. - 2014. - V. 43. - P. 284-293.

References:

1. Kazakov K., Nosachevskaya E. Information-communication environments as a key factor of innovative development of regional economy // *Notes of the South-Western State University. Series Economics. Sociology. Management*. - 2014. - № 1. - Pp. 57-61.

2. Nosachevskaya E., Kazakov K. Scientific support of the regional economy under conditions of information technologies development. – M.: Delo, 2014. - 160 pp.
3. Romanova M. Information technologies in tourism // Conference proceedings. International scientific and practical conference «Values and interests of the modern society». - Part 3. – M.: MESI, 2013. - Pp. 89-93.
4. Shakhovalov N. Internet technologies in tourism. - Barnaul: AltGAKI Edition, 2007. - 247 pp.
5. Lo I.S., McKercher B., Lo A., Cheung C., Law R. Tourism and online photography // Tourism Management. - 2011. - V. 32. - Pp. 725-731.
6. Paraskevas A., Altinay L., McLean J., Cooper C. Crisis knowledge in tourism: types, flows and governance // Annals of Tourism Research. - 2013. - V. 41. - Pp. 130-152.
7. Rodriguez-Molina M., Frias-Jamilena D., Castaneda-Garcia J. The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement // Tourism Management. - 2015. - V. 47. - Pp. 303-317.
8. Walumbwa F., Maidique M., Atamanik C. Decision-making in a crisis: What every leader needs to know? // Organizational Dynamics. - 2014. - V. 43. - Pp. 284-293.