

М.А. Морозов, М.М. Морозов

МОДИФИКАЦИЯ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ С УЧЕТОМ
ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Показано влияние цифровизации на предпринимательскую деятельность в туризме. Описана модификация инфраструктурного обеспечения предпринимательства в связи с внедрением цифровых технологий. Рассмотрены изменения в кадровой инфраструктуре и возрастание роли информационного обеспечения в предпринимательской деятельности в туризме.

Ключевые слова: туризм, инфраструктурное обеспечение, цифровые технологии, предпринимательство в туризме.

M.A. Morozov, M.M. Morozov

MODIFICATION OF INFRASTRUCTURE SUPPORT
FOR BUSINESS ACTIVITIES IN TOURISM TAKING INTO ACCOUNT
THE TRANSITION TO A DIGITAL ECONOMY

The influence of digitalization on business activities in tourism is shown. The modification in the infrastructure provision of entrepreneurship due to the introduction of digital technologies is described. The changes in personnel infrastructure and the increasing role of information support in business activities in tourism are considered

Keywords: tourism, infrastructure, digital technologies, tourism entrepreneurship.

Туризм является информационно насыщенной сферой деятельности, которая одной из первых ощутила на себе влияние цифровых технологий [2]. Еще начиная с 60-х гг. прошлого века информационные технологии, в частности глобальные системы бронирования, кардинально изменили бизнес-процессы в туризме, предоставив возможность быстро и удобно формировать туристские продукты в зависимости от запросов потребителей [4]. Это были первые шаги той цифровизации туризма, которая в настоящее время проникает во все бизнес-процессы на различных уровнях управления туризмом.

Информационные технологии, применяемые в туризме, можно сгруппировать следующим образом:

- системы бронирования в туризме, включая GDS (Global Distribution System) и системы бронирования отдельных видов услуг: средств размещения, авиабилетов, проката автомобилей и т.д. (например, Skyscanner, Aviasales, Booking.com, Airbnb, Hotels.com, Uber, Sixt и т.п.);
- системы автоматизации деятельности предприятий туристской индустрии (САМО-Тур, Мастер-Тур, Fidelio и др.);
- интернет-технологии;
- мультимедийные технологии;
- геоинформационные технологии;
- мобильные приложения и др. [3; 5].

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу туристского бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием повышения

конкурентоспособности любого туристского предприятия. Индустрия туризма позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий: от специализированных программных продуктов управления отдельной туристской фирмой до применения глобальных компьютерных сетей.

Подтверждением того, что индустрия туризма в большей степени, чем другие отрасли, испытывает влияние цифровизации, могут служить данные мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации [1]. На рисунке 1 представлена информация об использовании Интернета различными организациями.

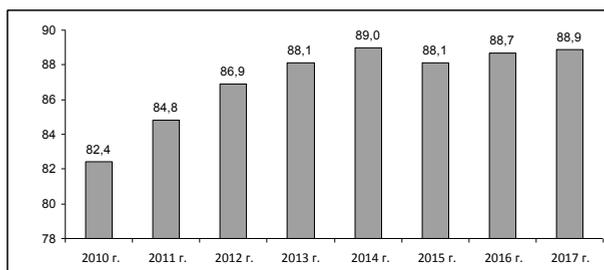


Рис. 1. Доля организаций, использовавших Интернет, в общем числе обследованных организаций, % (сост. по: [1])

Как видно из рисунка 1, в 2017 г. только 88,9% организаций использовали Интернет, при этом в индустрии туризма прак-

тически ни одно предприятие не обходится без Интернета. Аналогичная ситуация с наличием корпоративных сайтов (рис. 2).

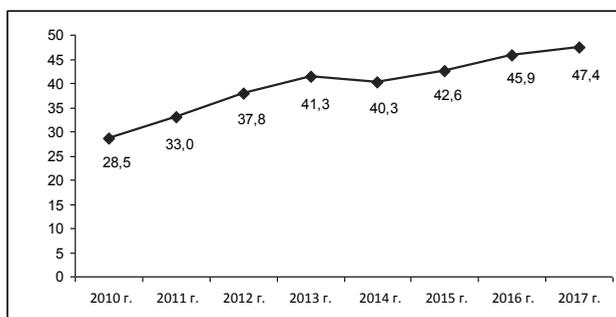


Рис. 2. Доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций, % (сост. по: [1])

На рисунке 2 показано, что только 47,4% организаций имеют собственные сайты, в то время как в сфере туризма практически все предприятия давно и успешно используют собственные сайты, играющие важную роль в их предпринимательской деятельности.

Цифровизация оказывает влияние на все уровни инфраструктурного обеспечения в туризме. Представляет интерес анализ инфраструктурного обеспечения в туризме на мезоуровне, к которому относятся городские агломерации. В 2017 г. консалтинговая компания PricewaterhouseCoopers

проанализировала возможности мегаполисов для внедрения цифровых решений в различные сферы жизнедеятельности, включая туризм. Учитывались такие показатели, как наличие сетей передачи данных и инструментов для работы с ними. В рейтинге готовности крупнейших агломераций мира к внедрению цифровых технологий первые позиции заняли Сингапур (62% готовности), Лондон (59%), Шанхай (55%), Москва и Нью-Йорк (по 53%) [7]. В рамках цифровизации культуры и туризма анализировались данные о наличии мультифункциональных киосков и умных остановок на улицах, мобильных приложений для туристов, внедрение цифровых технологий в аэропортах и музеях. На первых местах оказались Барселона, Сингапур, Шанхай, Москва. Проведенное исследование показало, что 34% жителей Москвы готовы к использованию высокотехнологичных решений в области культуры и туризма.

Главным ресурсом цифровой экономики является информация, что влечет за собой изменение инфраструктуры туризма. Основные инфраструктурные элементы цифровой экономики – информационная инфраструктура и информационная безопасность. Цифровая экономика базируется на цифровой инфраструктуре, которая представляет собой комплекс технологий и инфраструктурных элементов, обеспечивающих вычислительные, телекоммуникационные, сетевые потребности и работающих на цифровой основе.

Быстрое распространение цифровых технологий в сфере туризма повлияло на рост самостоятельного туризма. Разнообразные системы бронирования обеспечили возможность, не прибегая к услугам туроператоров и турагентов, забронировать практически все туристские услуги, включая авиа- и железнодорожные билеты,

средства размещения, прокат автомобилей и пр. Это привело к уменьшению спроса на услуги туроператорских компаний, росту конкуренции и снижению предпринимательской активности.

Цифровые технологии изменяют инфраструктуру предпринимательства в туризме. В условиях глобализации туристского рынка, которую усиливает цифровизация туристского бизнеса, успех отдельных предприятий туристской индустрии в конкурентной борьбе не ограничивается национальными рамками, а зависит от конкуренции на международном уровне [6]. Предпринимательская инфраструктура в сфере туризма также становится международной, так как цифровизация стирает национальные рамки ведения туристского бизнеса. Цифровая экономика даст возможность создавать новые формы предприятий туристской индустрии, пространственно распределенных сетевых компаний.

В условиях цифровизации меняется схема взаимодействия между всеми субъектами туристского рынка, включая производителей и потребителей туристских услуг. Информационное обеспечение туризма стало важнейшим инфраструктурным ресурсом, формирующим потребительские предпочтения и определяющим привлекательность туристских продуктов и дестинаций. Современный туристский продукт становится более гибким и доступным для потребителя за счет качественного и актуального информационного сопровождения туристского бизнеса.

В настоящее время наблюдается электронное наступление на традиционный туристский бизнес. Цифровые туристские офисы позволяют любому владельцу кредитной карты приобрести тур, забронировать место на самолете или в отеле, купить билеты на зрелищные мероприятия и зака-

зять на прокат автомобиль в любой точке земного шара. Таким образом, цифровые технологии спровоцировали создание и применение принципиально новых электронных маркетинговых каналов продвижения и сбыта турпродукта.

Существенные изменения в условиях цифровизации претерпит кадровая инфраструктура, что связано с формированием и развитием новых цифровых компетенций у работников туристской индустрии, которые станут абсолютно необходимыми для выполнения всех бизнес-процессов. Будет востребовано непрерывное обучение персонала, повысится уровень его мобильности, расширится технология внеофисной работы. Внедрение цифровых технологий

генерирует появление новых рабочих мест, относящихся к категории «знание», которые предполагают выполнение сложных аналитических и творческих задач, требующих импровизации и нестандартного подхода к их решению.

В условиях цифровизации создается единое информационное пространство в сфере мирового туризма, формируются новые принципы инфраструктурного обеспечения и управления предпринимательством в туризме. Информационное сопровождение туристского бизнеса и его цифровизация являются стратегическим ресурсом, обеспечивающим повышение конкурентоспособности предпринимательства в сфере туризма.

Литература

1. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html (дата обращения: 08.04.2019).
2. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. М.: Российский новый университет, 2005. 172 с.
3. Морозов М.А., Морозова Н.С. Влияние мобильных приложений на развитие туристской индустрии // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4 (36). С. 17–19.
4. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник. 6-е изд., перераб. М.: Академия, 2008.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в туристской индустрии. М.: КноРус, 2016. 276 с.
6. Морозов М.А., Морозова Н.С. Предпринимательство и конкуренция в туризме: монография. М.: Российский новый университет, 2010. 136 с.
7. PwC представила рейтинг готовности крупнейших городов и агломераций мира к внедрению технологий будущего // D-Russia.ru. URL: <http://d-russia.ru/pwc-predstavila-rejting-gotovnosti-krupnejshih-gorodov-i-aglomeratsij-mira-k-vnedreniyu-tehnologij-budushhego.html> (дата обращения: 08.04.2019).

Literatura

1. Monitoring razvitiya informatsionnogo obshchestva v Rossijskoj Federatsii // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html (data obrashcheniya: 08.04.2019).
2. Morozov M.A. Infrastrukturnoe obespechenie predprinimatel'skoj deyatelnosti v turizme: monografiya. M.: Rossijskij novyj universitet, 2005. 172 s.
3. Morozov M.A., Morozova N.S. Vliyanie mobil'nykh prilozhenij na razvitie turistskoj industrii // Vestnik Natsional'noj akademii turizma. 2015. № 4 (36). S. 17–19.

Морозова Н.С., Бондаренко Ю.Н. Особенности программ лояльности...

4. *Morozov M.A., Morozova N.S. Informatsionnye tekhnologii v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme. Orgtehnika: uchebnik. 6-e izd., pererab. M.: Akademiya, 2008.*
5. *Morozov M.A., Morozova N.S. Informatsionnye tekhnologii v turistskoj industrii. M.: KnoRus, 2016. 276 s.*
6. *Morozov M.A., Morozova N.S. Predprinimatel'stvo i konkurentsia v turizme: monografiya. M.: Rossijskij novyj universitet, 2010. 136 s.*
7. PwC predstavila rejting gotovnosti krupnejshikh gorodov i aglomeratsij mira k vnedreniyu tekhnologij budushchego // D-Russia.ru. URL: <http://d-russia.ru/pwc-predstavila-rejting-gotovnosti-krupnejshih-gorodov-i-aglomeratsij-mira-k-vnedreniyu-tehnologij-budushchego.html> (data obrashcheniya: 08.04.2019).

DOI: 10.25586/RNUV9276.19.03.P.121

УДК 331

Н.С. Морозова, Ю.Н. Бондаренко

ОСОБЕННОСТИ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматриваются вопросы создания программ лояльности в образовательных организациях. Описывается специфика лояльности потребителей образовательных услуг, дается характеристика особенностей и факторов, влияющих на лояльность персонала образовательных организаций. Предлагаются пути повышения лояльности научно-педагогического состава.

Ключевые слова: управление персоналом, образовательная организация, лояльность, программы лояльности.

N.S. Morozova, Yu.N. Bondarenko

FEATURES OF LOYALTY PROGRAMS IN PERSONNEL MANAGEMENT OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

The issues of creating loyalty programs in educational organizations are considered. The specificity of the loyalty of consumers of educational services is described, the characteristics and factors affecting the loyalty of the personnel of educational organizations are described. The ways of increasing the loyalty of the scientific and teaching staff are proposed.

Keywords: personnel management, educational organization, loyalty, loyalty programs.

Одним из важнейших факторов обеспечения конкурентоспособности организации является персонал, а преданность работников своему предприятию выступает в качестве значимого конкурентного преимущества [1; 2]. Особое значение приобретает формирование лояльности персонала, которая отражает верность

следования целям, идеям и ценностям организации.

Для российского образования характерен высокий уровень конкуренции между высшими учебными заведениями, что вынуждает образовательные организации искать новые пути повышения своей конкурентоспособности и привлекательности,