

М.М. Морозов

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ В ТУРИЗМЕ
В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Рассмотрены основные факторы, влияющие на организацию и управление экономическими системами. Многие из них обусловлены последствиями цифровой революции, которая повлияла как на организацию экономики, так и на самих потребителей. Описаны особенности организации деятельности в сфере туризма в связи с появлением так называемых новых экономик.

Ключевые слова: экономические системы, туризм, цифровые технологии, цифровые потребители, бизнес-процессы.

M.M. Morozov

FEATURES OF THE ORGANIZATION
AND MANAGEMENT OF ECONOMIC SYSTEMS
IN TOURISM IN THE ERA OF DIGITALIZATION

The article discusses the main factors affecting the organization and management of economic systems. Many of these are due to the aftermath of the digital revolution, which has affected both the organization of the economy and the consumers themselves. The features of the organization of activities in the field of tourism in connection with the emergence of the so-called new economies are described.

Keywords: economic systems, tourism, digital technologies, digital consumers, business processes.

Глобальная цифровизация является основным трендом развития современных социально-экономических систем. Она влияет на всю цепочку создания стоимости и влечет за собой глубокую трансформацию методов организации и управления экономическими системами. Внедрение цифровых технологий позволяет оптимизировать бизнес-процессы, повысить производительность труда, улучшить информационно-коммуникационное сопровождение бизнеса. Внедрение цифровых решений зависит от степени готовности экономических субъектов к реализации новых моделей ведения бизнеса, технической оснащенности рабочих мест, наличия цифровых компетенций у персонала [3].

К ключевым факторам, влияющим в настоящее время на организацию и управление экономическими системами, следует отнести:

- глобальную цифровизацию;
- появление новых форм организации экономической деятельности: экономики по требованию (on-demand economy), совместной экономики (sharing economy), экономики впечатлений (experience economy);
- новые технологии ведения бизнеса, в которых принципиально меняются взаимосвязи участников рынка и реализуется максимальный уход от посредников;
- смену поколений и формирование нового типа цифровых потребителей;

- усиление персонификации предоставляемых продуктов и услуг;
- усиление влияния самих потребителей на экономическую деятельность за счет публикации отзывов, впечатлений, что оказывает существенное воздействие на решение о покупке продуктов и услуг потенциальными потребителями.

Новая форма организации совместной экономики (*sharing economy*) в корне меняет роли между поставщиками и потребителями, например, это в полной мере прослеживается в системе бронирования жилья Airbnb [4].

Глобальная цифровизация основана на использовании платформенных бизнес-моделей. Цифровые платформы обеспечивают сбор и обработку больших потоков информации и создают новую информационную среду. Они являются универсальными инструментами, позволяющими различным субъектам рынка взаимодействовать между собой в режиме онлайн. На цифровых платформах построены бизнес-процессы таких крупнейших компаний, как Amazon, Alibaba, Facebook, Uber и др.

Технология больших данных – Big Data обеспечивает проведение аналитических исследований и получение исчерпывающей информации о потребителях, что позволяет в максимальной степени персонифицировать предлагаемые туристские услуги [6]. Технологии Internet of Things используются в гостиничной индустрии для организации удобного персонального пространства в номерах отелей. Технологии дополненной реальности применяются как инновационный инструмент при организации и проведении экскурсий [5]. Мобильные устройства стали неотъемлемым атрибутом туристов, которые хотят получать информацию о путешествии в любое время.

Трансформация взаимодействия продавцов и покупателей в сфере туризма затрагивает прежде всего глобальные системы дистрибуции. Одним из цифровых проектов является Winding Tree, основанный на блокчейн-платформе и обеспечивающий взаимодействие всех участников экономической системы в туризме. Программное обеспечение многих традиционных глобальных систем бронирования (GDS) базируется на относительно старых технологиях и не может конкурировать с современными цифровыми платформами, которые имеют неоспоримые преимущества [2]. Например, Winding Tree предлагает упрощенный процесс взаимодействия, исключая необходимость затрат на высокую комиссию посредникам. Этот проект внедрен в авиакомпании Lufthansa, аналогичные блокчейн-инструменты применяются в аэропорту Дубая (ОАЭ), в транспортной системе Японии, Южной Кореи и др.

Цифровизацию в экономических системах туризма следует рассматривать на двух уровнях:

- мировая туристская система в целом;
- отдельные предприятия туристской индустрии.

Цифровизация на уровне мировой туристской системы проявляется в использовании новых технологических платформ, на которых построены такие системы бронирования услуг, как Booking, Airbnb, Uber и др. Следует отметить, что в последнее время при организации путешествия сокращается время от момента бронирования средства размещения до начала поездки. Самодеятельные туристы могут бронировать билеты, средства размещения за несколько суток до поездки или даже во время путешествия. Такие цифровые платформы, как Ethereum и Hyperledger Fabric, исполь-

зуются для системы хранения полетных данных FlightChain. Блокчейн-платформа TravelChain предназначена для сбора и обработки больших массивов информации о туристах, при этом использование технологии искусственного интеллекта позволяет обеспечивать персонализированное обслуживание клиентов, основываясь на обработке информации о них.

В настоящее время большинство бизнес-процессов формирования туристского продукта можно выполнить с помощью цифровых технологий:

- продажа авиабилетов (Skyscanner и др.);
- бронирование средств размещения (Booking.com, Agoda и др.);
- оформление страховки (Tripinsurance и др.);
- услуги трансфера (GetTransfer.com и др.).

Появление нового типа так называемых цифровых путешественников требует модернизации информационно-коммуникационной среды туризма, меняет способ взаимодействия компаний с клиентами [1]. За счет массового использования смартфонов и приложений для них появляется возможность получать дополнительную информацию о своих клиентах и разрабатывать предложения, которые идеально подходят для конкретного туриста с точки зрения качества, цены, обслуживания и способа доставки.

Цифровизация на уровне отдельных предприятий индустрии туризма выражается в цифровизации бизнес-процессов. Все бизнес-процессы можно разделить на следующие виды:

- управляющие, которые обеспечивают управление предприятиями туристской индустрии, сюда относятся бизнес-процессы стратегического и текущего планирования, маркетинга, администрирования;

- операционные, которые включают бизнес-процессы, обеспечивающие текущую деятельность предприятия индустрии туризма, в том числе формирование туристского продукта, бронирование заявок и т.п.;

- обеспечивающие, которые включают бизнес-процессы, связанные с контролем за финансово-экономической деятельностью, технологические процессы и т.п.

Цифровизация бизнес-процессов предприятий индустрии туризма должна:

- обеспечивать полноту функциональности и системность: все бизнес-процессы туристского предприятия должны быть автоматизированы и информационно взаимосвязаны в рамках единой информационно-коммуникационной системы;

- обеспечивать эффективность и высокую производительность при выполнении всех бизнес-процессов;

- иметь гибкость и открытость архитектуры, обеспечивать возможность расширения предприятия туристской индустрии;

- быть масштабируемой: эффективно функционировать при любых объемах обрабатываемой информации;

- обеспечивать надежность и безопасность хранения, обработки и передачи больших объемов информации;

- обеспечивать диагностику и защиту от несанкционированного доступа;

- обеспечивать адаптацию и настройку параметров с учетом особенностей конкретного предприятия туристской или гостиничной индустрии;

- обеспечивать статистическую и аналитическую обработку больших объемов информации для принятия стратегических решений, что особенно важно в условиях высокой конкуренции на рынке.

В целях повышения конкурентоспособности предприятий туристской индустрии и удобства клиентов целесообразно созда-

вать собственные мобильные приложения. Нынешнее поколение потребителей активно пользуется мобильными устройствами, и потенциальным клиентам удобнее сразу заходить в приложение и видеть перечень предлагаемых туристских продуктов, форму электронного договора, другую справочную информацию.

Литература

1. Морозов М.А., Морозов М.М. Модификация инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в туризме с учетом перехода к цифровой экономике // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек и общество». 2019. № 3. С. 117–121.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. М.: Академия, 2004. 240 с.
3. Морозова Н.С. Особенности управления персоналом в условиях цифровой экономики // Человеческий капитал в формате цифровой экономики: сборник докладов Международной научной конференции, посвященной 90-летию С.П. Капицы. М., 2018. С. 324–331.
4. Blal I., Singal M., Templin J. Airbnb's Effect on Hotel Sales Growth // International Journal of Hospitality Management. 2018. Vol. 73. P. 85–92.
5. Dredge D. et al. Digitalisation in Tourism: In-Depth Analysis of Challenges and Opportunities. Low Value Procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Copenhagen: Aalborg University, 2018.
6. Xiang Z., Fesenmaier D. Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism // Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods. Cham: Springer, 2017. P. 299–307.

Literatura

1. Morozov M.A., Morozov M.M. Modifikatsiya infrastruktornogo obespecheniya predprinimatel'skoj deyatel'nosti v turizme s uchetom perekhoda k tsifrovoj ekonomike // Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya "Chelovek i obshchestvo". 2019. № 3. S. 117–121.
2. Morozov M.A., Morozova N.S. Informatsionnye tekhnologii v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme. Orgtekhnika. M.: Akademiya, 2004. 240 s.
3. Morozova N.S. Osobennosti upravleniya personalom v usloviyakh tsifrovoj ekonomiki // Chelovecheskij kapital v formate tsifrovoj ekonomiki: sbornik dokladov Mezhdunarodnoj nauchnoj konferentsii, posvyashchennoj 90-letiyu S.P. Kapitsy. M., 2018. S. 324–331.
4. Blal I., Singal M., Templin J. Airbnb's Effect on Hotel Sales Growth // International Journal of Hospitality Management. 2018. Vol. 73. P. 85–92.
5. Dredge D. et al. Digitalisation in Tourism: In-Depth Analysis of Challenges and Opportunities. Low Value Procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Copenhagen: Aalborg University, 2018.
6. Xiang Z., Fesenmaier D. Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism // Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods. Cham: Springer, 2017. P. 299–307.