

Н.Ю. Корнилов

---

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

---

Анализируется влияние процессов цифровизации экономики России на предпринимательскую деятельность в сфере туризма. Описываются бизнес-процессы в туризме, в которые внедряются современные цифровые технологии. Рассматриваются продукты и решения, используемые в туроператорских и турагентских компаниях. Прослеживается связь между уровнем развития цифровизации предприятия и его конкурентоспособностью.

*Ключевые слова:* туризм, цифровизация, бизнес-процессы, туроператор, турагент.

N.Yu. Kornilov

---

## IMPROVEMENT OF BUSINESS PROCESSES OF TOURIST ENTERPRISE UNDER DIGITALIZATION

---

The influence of digitalization processes of the Russian economy on entrepreneurial activity in the tourism sector is analyzed. The business processes in tourism are described, in which modern digital technologies are introduced. The products and solutions used in tour operators and travel agencies are considered. The connection between the level of development of enterprise digitalization and its competitiveness is traced.

*Keywords:* tourism, digitalization, business processes, tour operator, tour agent.

В настоящее время актуальными являются вопросы совершенствования организации туристского бизнеса на основе цифровизации. Внедрение цифровых технологий меняет наше общество стремительными темпами, радикально преобразовывает глобальный бизнес-ландшафт. Руководители предприятий практически во всех отраслях используют ключевые рычаги цифровых технологий, включая социальные платформы, облачные технологии и другое, чтобы повысить производительность и охват клиентов для своего бизнеса. В индустрии туризма находят применение все современные цифровые технологии, включая искусственный интеллект, технологии больших данных и т.п. [3]. Принятие и использование цифровых техноло-

гий в сфере туризма позволит обеспечить гибкость туристского бизнеса, повысить качество обслуживания туристов, что непосредственно связано с формированием устойчивой конкурентоспособности предприятия туристической индустрии [5]. Цифровые технологии позволяют усовершенствовать такие бизнес-процессы в организации, как взаимодействие с поставщиками, хранение и передача информации, документооборот, безопасность и идентификация и др.

Цифровое преобразование предприятия представляет собой внедрение современных технологий в его бизнес-процессы. Это не только установка современного оборудования или программного обеспечения, но и глобальные изменения в подходах к управлению, корпоративной куль-

туре, подготовке цифровых квалификаций персонала. В результате повышается производительность каждого сотрудника и уровень удовлетворенности клиентов, а компания приобретает репутацию прогрессивной и современной организации.

На сегодняшний день в большинстве предприятий туристской индустрии применяются инструменты цифровых технологий, такие как электронная почта, цифровой документооборот, специализированное программное обеспечение (программы CRM, 1С, IP-телефония и др.). Однако развитие цифровизации позволяет опережающими темпами оказывать влияние и на иные бизнес-процессы и преуспевать там, где конкуренты еще не успели освоить нишу.

Технологии цифровой экономики дают возможность организовать максимально персонализированное взаимодействие, которое предпочитает большинство клиентов. Цифровые каналы связи, омниканальность, искусственный интеллект, роботизация – со всем этим люди уже сталкиваются в повседневной жизни. Например, цифровая трансформация банков не могла обойтись без чат-ботов, а в фармацевтической отрасли активно используются в работе современные мобильные устройства.

Информация – наиболее важный ресурс в современном мире. Каждую секунду человечество генерирует колоссальные массивы цифровых данных, которые не только занимают место в хранилищах, но и помогают компаниям вести бизнес. Чтобы воспользоваться всеми возможностями доступной информации, необходимо ее аккумулировать, структурировать и анализировать.

Цифровое преобразование предприятий способствует этому благодаря прогрессивным технологиям, например Big

Data (большие данные) или Artificial Intelligence (AI, искусственный интеллект). Они направлены на обработку потоков информации, основываясь на которой можно принимать решения, адаптировать предложения под конкретных клиентов и прогнозировать их поведение [7].

Развитие цифровой экономики в большой степени зависит от уровня готовности компаний к внедрению новых моделей ведения бизнеса с применением технологий сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления данных в электронном виде. В России в 2018 г. доступ к Интернету имели 85,7% организаций предпринимательского сектора, со скоростью выше 30 Мб/с – 25,6%. Две трети использовали Сеть для взаимодействия с партнерами, при этом онлайн-продажи через веб-сайты либо EDI-системы осуществляли 12,6% организаций, онлайн-закупки – 16,7%. Сдерживает цифровое взаимодействие бизнеса низкий уровень представительства в Интернете (веб-сайты имеет 43,4% организаций, и только 8,5% поддерживает версии, адаптированные под мобильные устройства) [2].

Использование цифровой экономики в бизнесе направлено на трансформацию следующих направлений:

- бизнес-процессов взаимодействия с клиентом;
- оптимизации внутренней среды компании;
- IT-подразделений и систем;
- инфраструктуры;
- культуры ведения бизнеса.

Рассмотрим влияние цифровых технологий на бизнес-процессы туристической фирмы. Сегодня для большинства малых и средних предприятий сферы услуг наиболее актуальны такие вопросы, как ведение клиентской базы, маркетинг и продвижение, повышение качества сервиса, опти-

Корнилов Н.Ю. Совершенствование бизнес-процессов туристского предприятия...

мизация процессов производства, минимизация издержек. Технологии цифровой экономики способны во многом изменить характер решения данных вопросов и упростить многие задачи для предприятия.

В случае с туристской организацией первым внедряемым элементом может стать CRM-программа (Client Retail Management), входящая в семейство ставших уже традиционными в сфере автоматизации предприятий ERP-систем (Enterprise Resource Planning). Преимущество использования программ данного типа состоит в большом охвате различных процессов производства: от момента поступления заявки от клиента до возвращения из путешествия, – возможности отслеживать статус клиента и его заказа на всех этапах, учитывать доходы и расходы. В настоящее время программы такого типа применяются на самых разных предприятиях туристской индустрии, наиболее популярными являются дистрибутивы amoCRM и retail-CRM. На сегодняшний день в России программные решения такого типа еще не получили большого распространения, менее четверти российских компаний используют подобные системы в своей деятельности, а 63% предпринимателей вообще не слышали о них [1]. При этом в условиях цифровизации системы управления взаимоотношениями с клиентами представляются перспективными для предприятий туристской индустрии.

Более продвинутой альтернативой CRM-системам являются ИЕМ-системы (Intelligent Enterprise Management). Это программное решение основывается на реализации принципа прямого разового ввода информации и последующего многократного ее использования, а также принципа самообслуживания и автоматического выполнения бизнес-процессов с отсутствием необходимости участия

в них персонала. Данная система объединяет функции множества узкопрофильных систем, в том числе CRM. По функциональности эта технология превосходит существующие ERP-системы, однако на данный момент находится в начальной стадии развития, лишь немногие предприятия используют такие системы [6].

В условиях высокой доли интернет-трафика с мобильных устройств актуальное значение имеет разработка мобильных приложений для путешественников [4]. Разработка мобильного приложения для средних и крупных туристских фирм позволяет увеличить клиентский охват и, соответственно, объемы продаж туристских продуктов. Также создание мобильного приложения служит инструментом для развития начинающих туристических стартап-проектов. Согласно исследованиям на сегодняшний день доля интернет-пользователей, хотя бы раз в месяц вышедших в Сеть с мобильного устройства в России, составляет не менее 61%, в том числе Интернет набрал высокую популярность и у граждан старшего поколения: в настоящее время свыше 70% россиян старше 55 лет хотя бы раз в день пользуются Интернетом [9].

Облачные технологии в индустрии туризма и гостеприимства позволяют осуществлять более тесное и быстрое взаимодействие со всеми поставщиками услуг. Также облачные технологии обеспечивают минимизацию расходов на оборудование в компании, например, они позволяют быстро и без дополнительных трудностей арендовать мощности и использовать их удаленно, что существенно дешевле, чем покупка собственного выделенного сервера, а это играет роль для начинающих предприятий туристской индустрии, когда вопросы распределения стартового капитала стоят особенно остро. Перспективой совершен-

ствования облачных технологий служит использование платформ, основанных на технологии блокчейн.

Помимо цифровизации отдельных бизнес-процессов предприятия туристической индустрии, возможна также цифровизация части самого бизнеса на базе онлайн-платформ. Объективность подобной реструктуризации объясняется значительно более широким клиентским охватом онлайн-площадок, нежели розничных точек, и значительно более низкими затратами на поддержание такого канала продаж.

Перспективность цифровизации бизнеса в туризме подтверждается также и отношением клиентов к новым формам ведения бизнеса, что проявляется в росте числа пользователей сети Интернет. Доля проникновения Интернета в России самая высокая среди стран СНГ и БРИКС: прослеживается устойчивое развитие охвата Интернетом все большего числа населенных пунктов, что в очередной раз подтверждает перспективность выбора цифровых площадок как вектора развития туристического предприятия.

В России развитие рынка туристических услуг проходит в тренде с мировыми тенденциями. Онлайн-продажи уже растут и будут продолжать расти, причем в двух плоскостях: самостоятельного составления тура с помощью покупки в Интернете отдельно билетов и отелей, а также покупки турпродуктов у туроператоров онлайн. Электронные продажи постепенно способны вытеснить собой традиционные офлайн-агентства, часть которых рискует закрыться, а другая переориентируется на цифровую среду.

По данным сайта Booking.com, являющегося крупнейшим туристическим онлайн-агентством (Online Travel Agency, OTA), треть туристов по всему миру предпочитает, чтобы искусственный интеллект

планировал путешествие за них с учетом их предыдущих поисковых запросов, способов, сумм оплаты и др. Половина респондентов не придает значения тому, кто обсуждает с ними поездку: чат-бот или живой человек, – если пожелания учитываются в полной мере. Мотивация совершить бронирование также повышается, если предложенные искусственным интеллектом варианты соответствуют пожеланиям путешественника, о чем заявила половина опрошенных [8].

Принимая во внимание новые тенденции в развитии цифрового туристического бизнеса, предприятия туристической индустрии планируют в настоящем и будущем бороться за клиента в цифровом пространстве. Это не их выбор, а следствие глобальной цифровизации. Проведенный анализ демонстрирует, что путей адаптации сейчас два. Первый доступен только для крупных туроператоров, которые могут сосредоточить в своих руках в качестве активов отели или авиакомпания, чтобы конкурировать, снижая собственные издержки. Второй менее масштабен: это переход к онлайн и внедрению в глобальные каналы продаж. В этом случае очевидное преимущество в том, что снижается зависимость поставщиков туристических услуг от партнеров, поскольку в формате онлайн они могут напрямую осуществлять продажи без посредников, тем самым увеличивая свою прибыль.

Можно с уверенностью сказать, что в следующем году продолжится вытеснение компаний старого типа метапоисковиками, которые пользуются моментом перемен и внедряют новые технологии, чтобы быть с клиентом со старта планирования путешествия до момента оплаты отелей и билетов. Таким образом, они становятся не просто источником информации, а целым e-commerce бизнесом.

Корнилов Н.Ю. Совершенствование бизнес-процессов туристского предприятия...

Несмотря на то что сегодня достаточно сложно предсказать скорость цифровизации туристского рынка, один факт очевиден – большинство туроператоров, работающих в системе офлайн-офисов, попадает в группу риска и, возможно, в ближайшем

будущем прекратит свою работу. Большое число агентств, как начинающих, так и уже состоявшихся, закрывается ежегодно, но клиенты этого по большей части не замечают, поскольку им предлагается более удобная альтернатива в режиме онлайн.

### Литература

1. Исследование: больше других CRM используют телекоммуникационные и IT-компании // Inc. Russia. URL: <https://incrussia.ru/news/crm-in-russia/> (дата обращения: 07.09.2019).
2. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/figure/anketa1-4.html](https://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html) (дата обращения: 07.09.2019).
3. 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.
4. Морозов М.А., Морозова Н.С. Влияние мобильных приложений на развитие туристской индустрии // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4 (36). С. 17–19.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Предпринимательство и конкуренция в туризме: монография. М.: РосНОУ, 2010. 136 с.
6. Олефиренко А.И. Интеллектуализация систем автоматизации предприятий в парадигме Intelligent Enterprise Management // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2017. № 8. С. 36–40.
7. Сафаров Т.В. Цифровизация как катализатор инновационных бизнес-процессов // Инновационные подходы в решении проблем современного общества: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 2 ч. / отв. ред. Г.Ю. Гуляев. М.: Издательство МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. С. 65–66.
8. Booking.com представляет 8 трендов в сфере путешествий в 2019 году // Booking.com. URL: <https://news.booking.com/Booking-com-представляет-трендов-в-сфере-путешествий-в-году/> (дата обращения: 07.09.2019).
9. Google назвал главные интернет-привычки россиян // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obshchestvo/5006728> (дата обращения: 07.09.2019).

### Literatura

1. Issledovanie: bol'she drugikh CRM ispol'zuyut telekommunikatsionnye i IT-kompanii // Inc. Russia. URL: <https://incrussia.ru/news/crm-in-russia/> (data obrashcheniya: 07.09.2019).
2. Monitoring razvitiya informatsionnogo obshchestva v Rossijskoj Federatsii // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/figure/anketa1-4.html](https://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html) (data obrashcheniya: 07.09.2019).
3. 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.
4. 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.

5. *Morozov M.A., Morozova N.S.* Predprinimatel'stvo i konkurentsia v turizme: monografiya. M.: RosNOU, 2010. 136 s.

6. *Olefrenko A.I.* Intelktualizatsiya sistem avtomatizatsii predpriyatij v paradigme Intelligent Enterprise Management // *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Ekonomika i pravo.* 2017. № 8. S. 36–40.

7. *Safarov T.V.* Tsifrovizatsiya kak katalizator innovatsionnykh biznes-protsessov // *Innovatsionnye podkhody v reshenii problem sovremennogo obshchestva: sbornik statej Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 2 ch. / otv. red. G.Yu. Gulyaev. M.: Izdatel'stvo MTsNS "Nauka i Prosveshchenie", 2018. S. 65–66.*

8. Booking.com predstavlyaet 8 trendov v sfere puteshestvij v 2019 godu // Booking.com. URL: <https://news.booking.com/Booking-com-predstavlyaet-trendov-v-sfere-puteshestvij-v-godu/> (data obrashcheniya: 07.09.2019).

9. Google nazval glavnye internet-privyichki rossiyan // TASS. URL: <https://tass.ru/obschestvo/5006728> (data obrashcheniya: 07.09.2019).

DOI: 10.25586/RNUV9276.19.04.P.090

УДК 338.48

Е.А. Кудрявцева

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ  
ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ  
С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Приведены способы регулирования туристской деятельности, а также отличительные особенности разработки и предоставления туристских услуг для людей с ограниченными возможностями. Описываются основные этапы разработки специального турпродукта. Делается вывод о необходимости подготовки квалифицированного персонала на всех точках пребывания туристов.

*Ключевые слова:* туризм для людей с ограниченными возможностями, инклюзивный туризм, безбарьерный туризм.

E.A. Kudryavtseva

FEATURES OF DEVELOPMENT AND PROVISION  
OF TOURIST SERVICES FOR PEOPLE  
WITH LIMITED OPPORTUNITIES

The methods of regulation of tourist activities, as well as the distinctive features of the development and provision of tourist services for people with limited opportunities are given. The main stages of the development of a special tourist product are described. It is concluded that it is necessary to train qualified personnel at all tourist points of stay.

*Keywords:* tourism for people with disabilities, inclusive tourism, barrier-free tourism.

Во всем мире туризм является инструментом познания окружающего мира, способом отдыха и оздоровления. На со-

временном этапе индустрия туризма и гостеприимства развивается с большой скоростью, стараясь при этом удовлетворить