

УДК 338.482

С. А. Теммеева

ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М. Кокова», Нальчик, e-mail: s.temm@mail.ru

ЭФФЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КБР В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ключевые слова: цифровизация, туристический продукт, туристско-рекреационный комплекс, информационное обеспечение туристской деятельности, информационные и коммуникационные технологии.

Реализация поставленной правительством задачи цифровизации экономики во всех ее сферах является важнейшим фактором повышения её конкурентоспособности в мировом масштабе. Особая роль сферы туризма подтверждается только недавно подписанным Председателем Правительства Российской Федерации указом о приоритетном развитии туристического бизнеса, особенно малого, регионального до 2030 года. В данной статье проведена попытка осознания и изучения возможностей Кабардино-Балкарской республики в этом вопросе, предложен определенный инструментарий оптимизации деятельности туристских предприятий с учетом региональных особенностей и их существенной социальной значимости, рассмотрен Единый Полифункциональный Информационно Аналитический Центр (ЕПИ-АЦ), который предоставит информацию заинтересованным лицам о возможностях и объектах туристско-рекреационного комплекса КБР. Информация в туризме имеет важнейшее значение в силу того, что эффективное продвижение туристского продукта требует наличия соответствующего информационного обеспечения и поддержки. Не обладая информацией об условиях, созданных для туристов в дестинации, о предлагаемом турпродукте, его интересных сторонах, невозможно привлечь туристов в регион, реализовать имеющийся продукт. На сегодняшний день реальное продвижение, рекламу любому товару и продукту, предоставляет только интернет пространство с множеством своих мобильных приложений. Поэтому предложена модель информационного обеспечения туризма в регионе, наличие которой будет способствовать формированию положительного имиджа республики, послужит фактором роста заинтересованности в посещении КБР как для внутреннего, так и для въездного туризма.

S. A. Temmoeva

Kabardino-Balkarian State Agrarian University named after V.M. Kokov, Nalchik, e-mail: s.temm@mail.ru

EFFECTIVE DEVELOPMENT OF THE TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF THE CBD IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Keywords: digitalization, tourist product, tourist and recreational complex, information support of tourist activities, information and communication technologies.

The implementation of the government's task of digitalization of the economy in all its spheres is the most important factor in increasing its competitiveness on a global scale. The special role of the tourism sector is confirmed only recently by the decree signed by the President of the Government of the Russian Federation on the priority development of tourism business, especially small, regional until 2030. This article attempts to understand and study the possibilities of the Kabardino-Balkar Republic in this field, offers a certain tool to optimize the activities of tourist enterprises, taking into account regional characteristics and their significant social significance, considers a Single Multifunctional Information and Analytical Center (EPIAC), which will provide information to interested parties about the opportunities and facilities of the tourist and recreational complex of the CBD. Information in tourism is of paramount importance because the effective promotion of a tourism product requires appropriate information support and support. Without information about the conditions created for tourists in the destination, about the proposed tourist product, its interesting sides, it is impossible to attract tourists to the region, to sell the existing product. To date, the real promotion, advertising any product and product, provides only the Internet space with many of its mobile applications. Therefore, the model of information support of tourism in the region is proposed, the presence of which will contribute to the formation of a positive image of the Republic, will serve as a factor of growing interest in visiting the CBD for both domestic and inbound tourism.

Введение

В 2017 году была разработана Федеральная программа по созданию необходимых условий для развития цифровой

экономики и высокотехнологических бизнесов [1]. К сожалению, в этой Программе не нашли своего полного отражения все те отрасли, которые вносят

немалый вклад в формирование бюджетов как регионального, так и федерального уровней. В частности, речь идет о развитии туристической индустрии в условиях перехода к цифровой экономике. Она даже не включена в число приоритетных отраслей, перечисленных в Программе цифровизации. А ведь устойчивое и гармоничное развитие индустрии туризма, государственное регулирование и продвижение национального туристического продукта на основе международного опыта и потребностей отрасли способствуют формированию имиджа страны, повышению его привлекательности в качестве туристического направления. Это, в свою очередь, приведет к существенному притоку денег в бюджет, обеспечению занятости населения и созданию дополнительных рабочих мест, окажет положительное влияние на развитие различных отраслей, таких как транспорт и коммуникации, строительство, культура, искусство, производство товаров народного потребления и секторов экономики [1].

Цель исследования

Ключевым вопросом экономического развития КБР является привлечение инвестиций, которые должны повлечь за собой подъем основных отраслей экономики. Туризм является одной из ведущих отраслей сферы услуг, способной решить поставленную проблему [2, 3]. Поэтому необходимо, проанализировав имеющийся мировой опыт, разработать системные планы развития туризма РФ и его регионов, совершенствования его инфраструктуры, причем, в первую очередь, должны быть изучены возможности каждого отдельного региона России, выработан определенный инструментарий оптимизации деятельности туристических предприятий с учетом региональных особенностей и их существенной социальной значимости. При этом следует отметить, что в целом индустрия туризма в российской экономике весьма благоприятна для внедрения цифровизации [5, 7]. Все возникающие проблемы вполне просчитаны. Причин, по которым внедрение инновационных процессов даст положительный результат, гораздо больше, чем трудностей. Недостаточное внедрение информационных и коммуникационных технологий

считается препятствием для коммерческой деятельности [4]. В туристической индустрии более шестидесяти процентов всех сделок сегодня производятся через интернет. Клиентская база будет шире у тех предприятий, которые обозначились в цифровом пространстве. Практически у каждого современного туроператора или турагентства организовано свое веб-представительство. И те, и другие применяют интернет-пространство для привлечения новых клиентов, распространения рекламы, предоставления потенциальным туристам информации о специальных предложениях, оперативного взаимодействия и проч.

Теоретическая и методологическая основа исследования

Теоретической и основой исследования являются монографии, исследования и научные статьи ведущих зарубежных и отечественных ученых в области информационного обеспечения процессов, материалы научно-практических конференций [4–7]. Методологическую основу составляет системный подход, позволяющий проводить исследование и моделирование процессов во всех сферах деятельности, основывающийся на анализе и синтезе, композиции и декомпозиции.

Информационная база исследования

Информационная база основана на статистической информации, изложенной в сборниках Федеральной службы государственной статистики по социально-экономическому развитию страны и ее регионов, материалах опубликованных в российской и иностранной периодической печати, Интернет ресурсах различных агентств.

Ход исследования

Решить проблему формирования внутреннего информационного пространства поможет создание Единого Полифункционального Информационного Аналитического Центра (ЕПИИАЦ). Собранная информация не только даст возможность физическим лицам владеть реальной картиной наличия туристических ресурсов в регионе, но и позволит согласованно работать всем заинтересованным на территории дестинации компаниям и организациям. Создание подобных центров

на сегодняшний день, когда наблюдается рост как внутреннего, так и въездного туризма, является именно тем инновационным механизмом, который позволит реализовать проблему продвижения туристских ресурсов региона, уменьшить стоимость услуг, повысить уровень производительности труда, создавать добавленную стоимость. Туристические компании, которые успешно будут использовать цифровые технологии в процессе оказания туристических услуг, станут наиболее конкурентоспособными. Внедрение цифровых технологий будет способствовать моментальной интеграции туриста в региональное туристическое пространство [1, 4].

Понятие «туристско-информационный центр» впервые было использовано в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в марте 2016 года. Именно тогда у начинающих формироваться «туристско-информационных центров» появился законный статус участников туристского рынка, содействующими развитию и координации туристской деятельности, а также активизации туристического потенциала в продвижении культурного наследия страны» [2]. В Кабардино-Балкарии центров, реально функционирующих, создающих престиж для своего региона, предоставляющих полную информацию, используемую туристскими компаниями для согласованной деятельности на данный момент нет.

Что мы имеем в республике? Турист, попавший в Кабардино-Балкарию, не имеет возможности обратиться куда – либо для решения возникающих у него вопросов и проблем. Нет сервиса, который рекомендует маршруты туризма и отдыха, помогает найти попутчиков для поездок и прогулок, рассчитать оптимальную стоимость поездки. У нас совершенно отсутствует информационная база для оказания любых туристических услуг. Предварительный анализ показывает, что на цифровой платформе находится 11% всех предприятий в курортно-рекреационной и туристской сфере. По итогам национального туристического рейтинга – 2018 г. Кабардино-Балкарская Республика оказалась на 59 месте с общей суммой баллов 43,1. У нас действительно действует множество тури-

стических фирм, каждая из которых предлагает тот или иной туристический продукт как внутри республики, так и за ее пределами. Что же это за продукт?

Анализ состояния дел в отрасли показал, что на сегодняшний день в Кабардино-Балкарии к онлайн туристическим услугам относятся:

- заказ, покупка авиа – и железнодорожных, других билетов, причем такая продажа на внутриреспубликанские маршруты практически отсутствует;

- бронирование и оплата гостиниц, в основном через агрегатор Booking.com;

- заказ, покупка туров, экскурсионных программ с последующим электронным калькулированием стоимости. Практически все турфирмы торгуют турами, предлагающими тот или иной вид отдыха, являясь просто торговыми агентами или туроператорами крупных информационных баз, таких как, TEZTUR, PEGASUS и других, работающих на мировом рынке. Они используют их информационную базу о продаже билетов, размещении в отелях, предоставлении трансфера. Когда же речь заходит о реализации внутренних турпродуктов, то информации об этом просто нет.

- отзывы и рекомендации о гостиницах, ресторанах в разных городах страны и мира, опять-таки совершенно не владея подобной информацией по республике и региону.

Результаты исследования

Предлагаемый проект Единого Полифункционального Информационного Аналитического Центра (ЕПИИЦ) является абсолютно новым для республики [4, 6]. На его базе можно создать какие угодно подструктуры по любому направлению туризма, разработать современные мобильные приложения, способствующие скорейшему продвижению как на внутреннем, так и на внешнем рынке, туристского продукта КБР. Среди важнейших особенностей цифровизации туристического пространства, влияющих на развитие туристских дестинаций можно выделить:

- внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, с целью повышения доступности, качества и привлекательности туристских услуг,

роста эффективности использования туристских ресурсов;

- разработку и реализацию электронной туристской карты, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать об объектах показа, культурных мероприятиях и событиях;

- развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;

- создание электронной площадки для вовлечения само занятых «лиц в туристскую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы).

Выводы

Внедрение разработанного Единого Полифункционального Информационного Аналитического Центра (ЕПИИАЦ) является весьма актуальным и востребованным, он отвечает всем современным требованиям. Предоставляемая ЕПИИАЦ информация о туристском рекреационном комплексе Кабардино-Балкарии позволит усовершенствовать управление этим сложным процессом, что приведет к росту эффективности и комфортабельности туристического бизнеса в регионе, расширению многообразия туристских маршрутов, привлечению в республику иностранных туристов, переориентации россиян на отдых на курортах КБР. Создание единой информационной базы в сети Интернет послужит большим подспорьем в деле обеспечения качественной помощи в оказании туристических услуг, как для профессионалов турбизнеса, так и для туристов, самостоятельно планирующих свои поездки без помощи турагентств («дикий туризм»). Это может быть горный туризм, автомобильный, водный, аграрный, экотуризм.

Новизна предлагаемого проекта в том, что предложена, отличная от нынешней, методика планирования деятельности туристических фирм на основе использования системы экономико-математических моделей, позволяющих оптимизировать и повысить эффективность их работы. До сих пор на Северном Кавказе, включая и Кабардино-Балкарию, нет ни одной, самостоятельно функционирующей, информационной базы, аккумулирующей все необходи-

мые для переориентации туристического спроса в регионы ЮФО данные о возможностях региона в туристической сфере. В предлагаемом центре собрана вся подробная информация о туристических продуктах республики, ориентированных на спрос, обработаны данные по возможностям транспортного доступа, имеющихся в наличии транспортных средствах. Посетители могут забронировать номер в отеле, выбрав город, даты заезда и обозначив количество путешественников, узнать стоимость предлагаемых услуг и оплатить их платежной картой через Интернет. Есть доступ к просмотру фотографий с достопримечательностями выбранного места. Структура разработанного информационно-туристического центра позволяет предлагать информационные ресурсы как на русском, так и на английском языках, обновлять по мере необходимости данные о проводимых в республике событийных мероприятиях: передвижных выставочных площадках, торговых ярмарках, национальных событиях, обрядовых фестивалях, носящих местный колорит, гастрономических праздниках. Проработана и собрана также информация по деловому туризму, имеющихся в республике выставочных и конгрессных площадях. Важную роль для республики имеет доступ к качественной, оперативной информации по лечебному и медицинскому туризму, санаторно-курортной медицине, как одним из наиболее распространенных видов отдыха в Кабардино-Балкарии [4, 6].

Область применения

Практическая значимость проекта состоит в том, что его реализация позволит осуществить важные социальные и экономические изменения в республике. Это: развитие отраслей, связанных с производством туристических услуг; активизация деятельности центров народных промыслов, предприятий общественного питания; создание новых рабочих мест; рост доходов и валютных поступлений в республиканский бюджет; прогрессивное изменение социальной и производственной инфраструктуры, сопровождающееся улучшением уровня жизни местного населения.

Необходимость создания туристического бренда «Кабардино-Балкария», формирования положительного имиджа территории есть признанная объективная реальность, реализация которой, без наличия подобной цифровой площадки, невозможна.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07. 2017 г. №1632-р // Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
2. Российская Федерация. Законы // Об основах туристской деятельности в РФ: федеральный закон от 04.10.1996 г. М.: ООО «Тандем», 2010. 180 с.
3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р // Об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года.
4. Бабаева Р.В. Информационные технологии на рынке туристских услуг. Владимир: Вл. ГУ, 2009.
5. Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В. Повышение туристской привлекательности территории в контексте развития мобильных приложений // Современные проблемы науки и образования. 2015. №1. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=18631> (дата обращения: 08.12.2019).
6. Галиновский А. Информационные технологии в туризме. Куда пойдем? // Коммерсант. 2011. №3.
7. Сердюков С.Д., Сердюкова Н.К., Романова Л.М. Система продвижения туристской дестинации как составляющая информационного обеспечения в туризме // Вестник Евразийской науки. 2018. №2. Т. 10. URL: <https://esj.today/PDF/08ECVN218.pdf> (доступ свободный).