

УДК 338.48:0047

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ  
В ТУРИЗМЕ**

**А. А. Варвашеня**

Белорусский государственный университет физической культуры, г. Минск, Беларусь

**DEVELOPMENT TRENDS OF COMMUNICATIVE INTERNET TECHNOLOGIES  
IN TOURISM**

**A. Varvashenya**

Belarusian State University of Physical Culture, Minsk, Belarus

**Аннотация.** В статье отражены результаты исследования, как мировых, так и отечественных тенденций развития коммуникативных интернет-технологий в индустрии туризма. Представлена статистика популярных сайтов и приложений для посещения потребителями в категории «Путешествия и туризм».

**Ключевые слова:** информационно-коммуникационные технологии, цифровизация, автоматизация процессов, туристическая индустрия, цифровой маркетинг.

**Annotation.** The article reflects the results of a study of both world and their domestic trends in the development of communication Internet technologies in the tourism industry. Provides statistics on popular sites and applications for consumers to visit in the Travel and Tourism category.

**Keywords:** information and communication technologies, digitalization, process automation, tourism industry, digital marketing.

Как одна из ведущих отраслей в мировой экономике, туризм играет ключевую роль в стимулировании экономического роста, способствует социальному и культурному развитию страны, а также является существенным источником создания рабочих мест и развития предпринимательства. Согласно статистике Всемирной туристской организации, каждый десятый житель Земли работает в сфере туризма. Прогнозируется, что к концу 2024 года международный туризм может полностью восстановиться и вернуться к уровню, присущему до начала пандемии. [1]. При этом развитие туризма, протекающее в условиях пандемии COVID-2019, было обусловлено повышением роли и социальной значимости коммуникативных интернет-технологий. Так, важным фактором в продвижении туризма стало применение интернет-технологий, которые и сыграли решающую роль в росте туристической индустрии. Цифровой маркетинг стал важной стратегией привлечения и удержания цифровых посетителей. Интеграция Интернета и туризма привела к диверсификации туристической деятельности, улучшению способности обратной связи с культурными потребностями туристов и оптимизации способности реагирования туристического предложения на культурный спрос. Применение мобильных информационных технологий в предложении туристических услуг, ставшее возможным благодаря Интернету, улучшило качество путешествий и изменило способы планирования, оценки и опыта путешествий. Развитие компьютерных технологий предоставило новые методы туристических информационных инноваций, что привело к развитию информационной индустрии туризма. В настоящее время туристы в значительной степени полагаются на цифровые источники информации при выборе места путешествия, что делает цифровой маркетинг еще более важным для туристического бизнеса [2].

Согласно данным SimilarWeb, к марту 2024 года booking.com стал самым посещаемым сайтом в категории «Путешествия и туризм». В среднем пользователи проводят на этом сайте 8 с половиной минут, просматривая при этом в среднем 8,55 страниц за один визит. Показатель отказов на booking.com составляет 35,7 %. На втором и третьем местах рейтинга соответственно находятся Tripadvisor.com и airbnb.com. Средняя продолжительность посещения Tripadvisor.com

составляет 2 минуты и 53 секунды, среднее количество просмотренных страниц за одно посещение – 3,96, а показатель отказов составляет 59,33 %. Что касается *airbnb.com*, то здесь среднее время нахождения на сайте составляет 7 минут и 58 секунд, при этом пользователи просматривают в среднем 18,99 страниц за одно посещение, а показатель отказов – 32,86 %.

Отметим, что в данную категорию для анализа включаются все сайты, отражающие деятельность организаций, занимающимися авиаперевозками, гостиничным бизнесом, наземным транспортом, прокатом автомобилей, экскурсиями, туристическими достопримечательностями, зарегистрированные во всем мире. Отдельно для Республики Беларусь статистика не представлена. В России в топ-5 самых популярных сайтов в данной категории попали *tutu.ru*, *rzd.ru*, *travel.yandex.ru*, *aviasales.ru*, *ostrovok.ru*.

Среди основных тенденций развития коммуникативных интернет-технологий в туризме можно выделить следующие:

– Рост использования мобильных приложений, которые предоставляют информацию о достопримечательностях, бронировании отелей, дают возможность покупки билетов и др. Так, самыми популярными приложениями в категории «Путешествия и региональные темы» по данным SimilarWeb для Республики Беларусь за март 2024 года являются: 1) ЖД Билеты на поезд онлайн – ведущее приложение для iOS, разработанное Билеты.сайт. По сравнению с прошлым месяцем его позиция в рейтинге осталась без изменений (в мировом рейтинге не представлено). 2) Приложение Yandex Navigator Беларусь, которое опубликовано Direct Cursus Computer Systems Trading LLC и ранжируется в категории «Путешествия и региональные темы» приложений для Google Play (занимает в мировом рейтинге 32 место). 3) Атлас – технологичный сервис, объединяющий перевозчиков и пассажиров, предлагающий билеты на автобусы (в мировом рейтинге не представлено). Всего в рейтинге для нашей страны представлено 50 приложений. Лидером в мировом рейтинге выступает GoogleMaps, второе место – Booking.com Hotels & Vacation Rentals, Airbnb занимает 3 место соответственно.

– Платформы TripAdvisor и Yelp, становятся ключевыми для туристов при планировании поездок, так как они предоставляют обзоры от других путешественников и помогают сделать осознанный выбор.

– Использование технологий виртуальной и дополненной реальности, которые используются для создания иммерсивных туристических опытов. Так, туристы могут предварительно посмотреть места, которые им хотелось бы посетить, или даже принять участие в виртуальных экскурсиях (например, приложение Augmented Asbury Park, AR-гид по Флоренции и др.)

– Внедрение IoT, что позволяет собирать данные о перемещении туристов, управлять услугами в отелях и повышать безопасность, багажные бирки с поддержкой IoT упрощают отслеживание багажа для путешественников. Кроме того, подключённые транспортные системы предоставляют в режиме реального времени обновлённую информацию о расписаниях и задержках, оптимизируя планы поездок и сокращая время ожидания.

– Применение алгоритмом машинного обучения и искусственного интеллекта используются для анализа предпочтений туристов и персонализации предложений. Это помогает организациям туристической индустрии лучше понимать свою аудиторию и предлагать более релевантные услуги.

– Использование чат-ботов и виртуальных ассистентов, которые предоставляют туристам возможность получить мгновенную поддержку и информацию в реальном времени, улучшая качество обслуживания.

– Применение блокчейн - технологий, позволяющих обеспечить безопасность транзакций и подтверждения легитимности бронирований и др.

Таким образом, внедрение Интернета и других информационных технологий открывает новые методы инноваций в сфере туристической информации, способствует развитию коммуникаций между производителем и потребителями туристического продукта, что в целом, способствует созданию современной системы развития туристической отрасли в мире.

### Список цитируемых источников

1. Мировой туризм стремительно восстанавливается и может стать катализатором экономического развития [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2024/04/1451381>. – Дата доступа: 28.04.2024.

2. Tourism Industry «prefers» Digital Marketing / Manuela Mece // International journal of scientific and research publications. – 2023. – Vol. 13, Iss. 5. – P. 409–421.