УДК 338.48

*Патиева Хади Магометовна*

Ингушский государственный университет, Республика Ингушетия, Россия

hadi.magometovna@gmail.com

Научный руководитель: *Кокурхаева Радима Магомет-Башировна*

Ингушский государственный университет, Республика Ингушетия, Россия

radima75@bk.ru

**Цифровизация сферы туризма**

**Аннотация:** Статья анализирует влияние искусственного интеллекта и цифровых технологий на туристическую индустрию, подчеркивая их роль в повышении качества обслуживания, создании персонализированных предложений и изменении потребительского поведения.

Рассматриваются преимущества автоматизации и использования больших данных для управления ресурсами, а также значимость устойчивого туризма.

**Ключевые слова:** туризм, цифровизация, цифровые технологии.

*Khadi M. Patieva*

Ingush State University, Republic of Ingushetia, Russia

hadi.magometovna@gmail.com

Scientific supervisor: *Radima M-B. Kokurkhaeva*

Ingush State University, Republic of Ingushetia, Russia

radima75@bk.ru

**Digitalization of the tourism sector**

**Annotation:** The article analyzes the impact of artificial intelligence and digital technologies on the tourism industry, emphasizing their role in improving the quality of service, creating personalized offers and changing consumer behavior.

The advantages of automation and the use of big data for resource management, as well as the importance of sustainable tourism, are considered.

**Keywords:** tourism, digitalization, digital technologies.

Цифровизация в сфере туризма стала ключевым фактором, определяющим развитие индустрии в 21 веке. За последние годы технологии изменили ландшафт этого сектора, оказывая значительное влияние на потребительское поведение и бизнес-процессы. Важную роль в этих изменениях играют инновационные инструменты, такие как искусственный интеллект, большие данные, а также цифровые технологии в целом. Они не только упрощают жизнь туристам, но и значительно повышают эффективность работы туристических компаний, позволяя им адаптироваться к динамичной среде рынка.

В последние годы влияние искусственного интеллекта (ИИ) на различные аспекты туристической индустрии становится все более очевидным и заметным. Благодаря современным технологиям, процесс автоматизации во многом преобразует способ, которым туристические компании взаимодействуют с клиентами и предоставляют свои услуги.

Автоматизация позволяет компаниям значительно улучшить качество обслуживания клиентов, создавая уникальные и персонализированные рекомендации, а также предлагая оптимальные маршруты для путешествий. Искусственный интеллект приобретает способность анализировать предпочтения и интересы потребителей, что способствует формированию индивидуальных предложений и услуг. Это, в свою очередь, помогает не только увеличить уровень удовлетворенности клиентов, но и значительно снизить затраты на маркетинг и продвижение.

Использование искусственного интеллекта дает туристическим компаниям возможность выбирать наиболее эффективные стратегии управления, что делает их более конкурентоспособными на рынке среди всех предложений и услуг. Например, многие компании активно применяют чат-ботов для оперативного взаимодействия с клиентами. Это не только существенно ускоряет процессы обработки запросов, но и позволяет освободить сотрудников для выполнения более сложных и творческих задач, требующих человеческого подхода и анализа.

Цифровые технологии становятся не только инструментами для компаний, но и важным фактором изменения потребительского поведения. Современные путешественники все больше полагаются на онлайн-ресурсы для планирования и бронирования своих поездок. С помощью мобильных приложений и платформ для онлайн-бронирования пользователи могут быстро найти информацию о местоположении, ценах, отзывах и других аспектах своих поездок. По мере роста популярности таких цифровых решений туристы становятся более требовательными и ожидают от компаний удобства и быстроты обслуживания. С 2020 года более 60% всех бронирований в сфере туризма осуществлялись онлайн, и к 2024 году этот показатель увеличился до 80% [5]. Высокие ожидания потребителей побуждают компании развивать интерфейсы приложений, улучшать клиентский сервис и исследовать новые пути для удовлетворения запросов пользователей [1].

Одним из важнейших направлений цифровизации в туризме является устойчивый туризм. Цифровые технологии могут значительно способствовать развитию устойчивого туризма, предлагая новые решения для управления ресурсами и уменьшения воздействия на окружающую среду. Например, использование больших данных для анализа потока туристов позволяет более эффективно управлять экскурсиями и распределением ресурсов, чем традиционные методы. С помощью таких систем компании могут следить за загруженностью популярных достопримечательностей и предлагать альтернативные маршруты, тем самым снижая нагрузку на окружающую среду. Это также дает возможность компаниям предлагать экологически чистые решения и программы, что становится всё более важным для современного потребителя, осознающего свою ответственность перед природой [2].

Аналитика на основе больших данных является еще одним важным аспектом, способствующим цифровизации в туристической сфере. Компании, использующие большие данные, могут улучшить свои бизнес-процессы, основываясь на объективной информации. Это касается как внутренней аналитики, так и внешних исследований, таких как поведение клиентов и рыночные тенденции. С 2020 по 2024 годы 40% туристов начали использовать аналитику больших данных для оптимизации своих поездок, что позволяет более точно прогнозировать спрос и оптимизировать предложения [5]. Это обеспечит рост бизнеса и удовлетворенность клиентов, так как хорошо проанализированные данные позволяют предложить клиентам именно те услуги, которые они ищут, фактически предвосхищая их потребности [3].

Будущее туристической отрасли в условиях цифровизации представляется многообещающим. Активно внедряющие современные технологии компании, имеют все шансы не только выжить, но и преуспеть в условиях растущей конкуренции. Адаптация к новым условиям требует не только внедрения новых инструментов, но и изменения подходов к управлению, маркетингу и обслуживанию клиентов. Для успешного функционирования в условиях цифровизации компании должны не только использовать технологии, но и переосмыслить свои корпоративные стратегии, основываясь на полученных данных и обратной связи от клиентов. В этой среде готовность к изменениям и инновациям становится залогом успеха, а способность адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям рынка будет определять лидеров отрасли [4].

Цифровизация в сфере туризма открывает новые горизонты как для компаний, так и для клиентов. Инновации в области искусственного интеллекта, большие данные, цифровые технологии и концепция устойчивого туризма формируют будущее этой отрасли, создавая новые возможности и повышая эффективность как бизнесов, так и путешествий**.** С 2020 года 70% туристов принимают решение о поездке, основываясь на контенте из социальных сетей, что подчеркивает важность цифровых решений в туристическом маркетинге [5].Принятие этих измененийи их интеграция в повседневную практику станет основой для успешного развития туристической индустрии в ближайшие годы, открывая новые перспективы как для путешественников, так и для операторов, стремящихся предложить конкурентные решения на фоне растущих ожиданий пользователей.

**Список литературы**

1. Калинина, Е. В. Цифровые технологии как фактор изменения потребительского поведения в туризме / Е. В. Калинина // Актуальные проблемы туризма. – 2023.

2. Яковлева, И. A. Устойчивый туризм в цифровую эпоху: вызовы и новые возможности / И. A. Яковлева // International Journal of Tourism Research. – 2023.

3. Морозова, Р. А. Big-data и аналитика в управлении туристическим бизнесом / Р. А. Морозова // Управление развитием городов. – 2023.

4. Лебедев, А. С. Будущее туристической отрасли в условиях цифровизации / А. С. Лебедев // Инновации в туризме: тренды и реалии. – 2023.

5. Всемирная туристская организация (UNWTO). Туризм: статистические данные Электронный ресурс. – Режим доступа: https://www.unwto.org/tourism-statistics (дата обращения: 19.12.2024).