

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«СОВЕТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ КООПЕРАТИВНЫХ
УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ ГОСУДАРСТВ СНГ»

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНО-
ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА ОСНОВЕ
ИНТЕГРАЦИИ НАУКИ, ОБРАЗОВАНИЯ
И БИЗНЕСА**

Материалы Международной научно-практической
и научно-методической конференции

Издательство
Белгородского университета
кооперации, экономики и права
2021

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«СОВЕТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ КООПЕРАТИВНЫХ
УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ ГОСУДАРСТВ СНГ»

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНО-
ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА ОСНОВЕ
ИНТЕГРАЦИИ НАУКИ, ОБРАЗОВАНИЯ
И БИЗНЕСА**

Материалы Международной научно-практической
и научно-методической конференции

17 марта 2021 года

Издательство
Белгородского университета
кооперации, экономики и права
2021

ББК 65.433я431+65.432я431

П27

П27 Перспективы развития гостинично-туристического сервиса на основе интеграции науки, образования и бизнеса : материалы Международной научно-практической и научно-методической конференции (17 марта 2021 года) ; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Белгород : Издательство БУКЭП, 2021. – 156 с.
ISBN 978-5-8231-1018-1

В сборнике опубликованы статьи профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистрантов Белгородского университета кооперации, экономики и права, других вузов России и стран СНГ по материалам Международной научно-практической и научно-методической конференции «Перспективы развития гостинично-туристического сервиса на основе интеграции науки, образования и бизнеса», проходившей 17 марта 2021 года.

Материалы публикуются в авторской редакции.

ISBN 978-5-8231-1018-1

ББК 65.433я431+65.432я431
© Издательство БУКЭП, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Научная секция

1. *Макринова Е.И.*
Инновации и устойчивость: поиск новой парадигмы развития индустрии туризма в международных научных исследованиях 6
2. *Батюков М.В.*
Россия на международном рынке туристических услуг 15
3. *Богатырева Д.С.*
Преобразования туристской отрасли: основные парадигмы и тенденции..... 20
4. *Бунас А.Ф.*
Использование инструментов поведенческой экономики в персонализации услуг индустрии гостеприимства..... 28
5. *Волонцевич Е.Ф., Козловская М.В.*
Оценка конкурентоспособности туристических городов на основе аналогового подхода 35
6. *Kenzhebekov N.D., Mikadze L.Z.*
The influence of modern information and communication and internet technologies on the development of the tourism and hospitality industry of Kazakhstan 47
7. *Климович Л.К.*
Влияние коммуникационно-информационных технологий на развитие сферы услуг 56

8.	<i>Лысенко В.В., Сотник А.П.</i> Влияние программ лояльности на привлечение клиентов в период кризисных явлений	67
9.	<i>Матаева Б.Т., Копбаева С.Ж.</i> Влияние развития инфраструктуры на популяризацию и доступность регионов Республики Казахстан как туристских дестинаций.....	72
10.	<i>Святая Е.О., Тимофеева А.С.</i> Актуальные направления антикризисного управления в туризме и гостеприимстве	78
11.	<i>Симонова Т.Ю., Петрухина О.О.</i> Современные тренды автоматизации и цифровизации в туризме и гостеприимстве	84
12.	<i>Тимашов Е.П., Тимашова О.В.</i> Расчет точности измерений качественных величин в научных исследованиях	90
13.	<i>Чурсина Е.В.</i> Современные методы повышения спроса на услуги общественного питания в гостинице.....	94
14.	<i>Шаврук Ю.А., Шаврук С.В.</i> Развитие туризма в Республике Беларусь в условиях вызовов 2020.....	100

Методическая секция

15.	<i>Макринова Е.И., Куркина А.А.</i> Формирование оценочных средств и методик оценки кадров сферы гостиничного бизнеса.....	109
-----	---	-----

16.	<i>Кобзова С.Н.</i> К вопросу о качестве вузовского дистанционного образования	119
17.	<i>Лысенко В.В., Сотник А.П.</i> Специфика онлайн-образования	131
18.	<i>Святая Е.О.</i> Организация стажировок в профильных организациях как важный фактор повышения профессиональной компетентности педагога	137
19.	<i>Симонова Т.Ю.</i> Использование метода конкретных ситуаций в подготовке обучающихся по направлению «Туризм»	141
20.	<i>Тимашов Е.П., Ушатов Ю.П., Ушатова С.С.</i> Технологии проектного обучения	146
21.	<i>Чурсина Е.В.</i> Формирование профессионального интереса у обучающихся среднего профессионального образования ...	151

4. Статистика туристического рынка. – Режим доступа: <https://mitt.ni/Stati/statistika2019>. – Текст : электронный.

5. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма. – 2020. – Текст : непосредственный.

6. **Тарасов, В. И.** Анализ и динамика развития Российского туризма до 2035 года / В. И. Тарасов, А. Л. Бикмуллин. – Текст : непосредственный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 9. – С. 171–177.

7. **Тарасов, В. И.** Аналогии и различия в динамике развития туристической отрасли КНР и России / В. И. Тарасов, П. В. Ивойлова. – Текст : непосредственный // Экономика и бизнес : теория и практика. – 2019. – № 10-2(56). – С. 112–117.

Богатырева Д.С.,

канд. пед. наук, доцент

Луганского государственного педагогического университета

ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ: ОСНОВНЫЕ ПАРАДИГМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Аннотация. В статье выявлены и кратко охарактеризованы основные векторы преобразования туристской отрасли в современных условиях. Среди актуальных тенденций обозначены: активизация внутреннего туризма, природоориентированных видов туризма и индивидуальных туров; уменьшение глубины покупок турпакетов; цифровизация туристской отрасли; использование искусственного интеллекта; высокий спрос на средства размещения формата «отель-офис», глэмпинги и др.; преобладание индивидуального транспорта; использование технологических достижений для обеспечения эпидемиологической безопасности.

Ключевые слова: туристская отрасль, преобразования, пандемия, коронавирус, тенденции.

В конце 2019 г. туристская отрасль была на подъеме: разрабатывались нестандартные туры и экскурсии, строились средства размещения, открывались предприятия питания, расширялся транспортный сектор. Путешествия стали новым культурным кодом миллениалов, которые возвели их ценность на пьедестал. Нередкими были случаи, когда местным администрациям приходилось регулировать максимально допустимую рекреационную нагрузку на те, или иные туристские объекты. Турпотоки увеличивались с каждым годом в прогрессии, такой кризис отрасли едва ли мог быть спрогнозирован.

Всемирная туристская организация (UNWTO) при ООН сообщила, что количество международных туристских прибытий в 2020 г. сократилось на 70%. Число туристов в мире в период с января по август 2020 г. на 700 млн. меньше, чем за тот же период годом ранее. Это привело к потере доходов от туризма в размере 730 млрд долл. США, что более чем в восемь раз больше, чем было зарегистрировано после экономического кризиса 2009 г. Так, в Азиатско-Тихоокеанском регионе, который первым пострадал от пандемии, наблюдалось самое большое сокращение прибытий, порядка 79%. Далее следуют Африка и Ближний Восток с падением на 69%, Европа с уменьшением числа иностранных посетителей на 68% и Америка, где число прибытий упало на 65%. В свою очередь, согласно опубликованному отчету МВФ о внешнем туризме за 2020 г., такие страны как Греция, Португалия, Коста-Рика, Марокко и Таиланд, экономика которых ориентирована на въездной туризм, понесли убытки свыше 3% от ВВП. Глобальный доход туристской отрасли в 2020 г. составил около 447,4 млрд долл. США, что на 34,7% меньше, чем в предыдущем [3].

В это время, эксперты в области туризма разделяют мнение, что после пандемии эмоциональная ценность путешествий только возрастет. Также на туризм положительно повлияют изменения на рынке труда: массовый переход на дистанционный формат перестроит традиционное понимание рабочих дней и отпуска. Изменяются направления, виды и атрибуты путешествий. Итак, на основе проведенного анализа актуального информационного массива по

теме исследования, выделили основные векторы развития туристской отрасли в современных условиях. Представим их ниже.

Виды и формы туризма. Внутренний туризм как альтернатива международному. В непростых условиях пандемии, жители многих стран были вынуждены переместить фокус своего внимания на возможности внутреннего туризма. Нельзя не отметить, что Российская Федерация находится на втором месте в мире по восстановлению внутреннего туризма: в октябре 2020 г. показатели снизились всего на 17% относительно того же периода 2019 г. Однако, наибольшего успеха в увеличении турпотока внутри страны достиг Китай. Это единственная страна в мире, которая в условиях коронавируса показала рост внутренних авиаперелетов. Количество бронирований в августе достигло 98% от уровня 2019 г. Безусловно, весьма эффективными оказались комплексные меры со стороны крупных туроператоров, авиакомпаний и правительства [1].

Актуализация природоориентированных видов туризма, в частности, экологического. Пандемия заставила людей задуматься о влиянии путешествий на окружающую среду и местные сообщества. Более того, такие виды туризма предполагают невысокую плотность отдыхающих, благоприятное влияние окружающей среды на организм человека, благоприятный санитарно-эпидемиологический фон – все то, что сейчас ставят многие путешественники в приоритет.

Индивидуальные туры. Как считают эксперты, персонализация туризма станет основным трендом ближайших лет. Кроме того, акцент будет сделан на безопасности клиентов. Люди будут отдавать предпочтение индивидуальным турам из соображений безопасности. Это также позволит им проектировать маршруты и экскурсии исходя из личных предпочтений. Рассмотрим основные тенденции относительно самих организаторов путешествий, туроператоров и турагентов.

Уменьшение глубины покупок из-за нестабильности в области перелетов. Если раньше туры покупали за месяц до вылета или выезда, авиабилеты – за десять дней, то сейчас путешественники делают это в самый последний момент, опасаясь отмены рейсов

или невозврата денег за бронь отеля. Большинство туроператоров и на сегодняшний день просят внести полную стоимость тура за две недели до вылета, но некоторые компании уже отреагировали на потребности покупателей и снизили сроки до нескольких дней [5].

Цифровизация туристской отрасли. Тренд на удаленную занятость, безусловно, не мог обойти стороной сотрудников туристских предприятий. В течение этого года многие, стремясь оптимизировать расходы, перевели консультации и продажи в онлайн, что соответствует актуальным запросам аудитории. Сегодня происходит глобальная смена потребительского поведения с переориентацией на онлайн. К примеру, в отчете об электронной коммерции ЕС за 2020 г. подчеркивается, что покупатели в возрастной группе от 25 до 54 лет чаще всего покупали туры в интернете (57%). При этом анализ по европейским странам показал разный уровень развития онлайн-услуг: в Великобритании цифровизация туризма составляет более 90%, а в Румынии – менее 30% [7].

Кроме того, уход от офлайн-продаж позволяет соблюдать предписанные государством эпидемиологические меры предосторожности, например, исключение живых очередей. Логично, что правила социального дистанцирования должны соблюдаться и при покупке билетов в авиакассах. Если раньше туристский бизнес адаптировался к онлайн-среде постепенно, то сейчас переход в цифру – вынужденная и необходимая мера. Переход на мобильные и бесконтактные технологии произойдет со значительной скоростью. Масштабы могут быть поистине впечатляющими: вплоть до того, что некоторые компании откажутся от веб-сайтов и останутся на рынке только в виде мобильных приложений.

Сегодня искусственный интеллект вычисляет, когда будет наиболее низкая стоимость на билеты, специальные сервисы помогают собрать все необходимое в багаж для посещения той или иной страны в конкретные сроки, чат-боты решают проблемы пассажиров без участия человека. Однако, одной из наиболее активно внедряемых технологий на сегодняшний день является технология виртуальной реальности. Уже несколько крупных провайдеров предлагают туристским компаниям во всем мире продвигать их продукты при помощи эффекта присутствия.

Нельзя не отметить и возрастающую актуальность использования искусственного интеллекта в туристской сфере. Например, использование ИИ позволяет сделать анализ цифрового следа пользователя (потенциального клиента), его поведения онлайн. Алгоритм ИИ может на основе выявленных предпочтений рекомендовать практически все элементы будущего путешествия – от определения комфортного времени для поездки до бронирования конкретного отеля и выбора вида из окна [2].

Следующим актуальным направлением развития туристской индустрии является концепция Business pleasure (работа с удовольствием) или Workation (работа и отдых). В современных условиях среди туристов много сотрудников компаний, которые работают удаленно и могут путешествовать, не дожидаясь отпуска. Дистанционный режим позволяет выполнять свои обязанности и одновременно проходить лечение в санатории или отдыхать на Занзибаре. Так, в перечне наиболее часто встречаемых требований к сервису средства размещения обозначены дополнительные условия: стабильный интернет, доступные розетки, регулируемые столы и эргономичные стулья, тихие и комфортные номера.

Формат Hotel Office популярен во всем мире. Например, Marriott Providence Downtown сформировал пакеты Day Use со скидками 50% для тех, кто работает удаленно. Многие гостиницы сделали специальные предложения на продолжительные туры до двух месяцев со скидками, предлагающие работать с ноутбуком на островах или в горах. Пакеты долгосрочного проживания иногда даже включают репетиторство и виртуальную помощь в обучении детей, рабочие места в беседках у бассейна для взрослых и т.д. [6].

Продолжая развивать тему изменений в гостиничной индустрии, отметим, что помимо высокой востребованности деловых отелей, также актуализировались такие средства размещения как глэмпинги, кэмпинги, автодома и «эксклюзивные отели» с небольшим количеством постояльцев.

В отношении транспортного сектора, выявили следующие тенденции: преобладание использования индивидуального транспорта (автомобиль позволяет проехать по сложному и адаптиро-

ванному маршруту, а в условиях ограничительных мер, передвижение на личном транспорте очевидно безопаснее, чем поезд или самолет); активное использование трейлеров или «домов на колесах»; снижение числа авиаперелетов на небольшие расстояния, альтернатива – скоростные поезда; снижение количества прямых перелетов.

Безусловно, дальнейшее развитие туристской индустрии невозможно без использования различных технологических достижений, способных обеспечить эпидемиологическую безопасность. Раскроем наиболее актуальные с нашей точки зрения.

Использование «бескасательных» технологий в туризме предусматривает, что личность и бронирования подтверждаются биометрическими данными. Это значит, что мобильных посадочных билетов станет больше, чаще будет применяться искусственный интеллект для распознавания лиц, а вместо паспортов будут сканировать радужку глаза. Технологию распознавания лиц при посадке на рейс уже практикует авиакомпания Delta Air Lines и тестирует United Airlines. Биометрию также проверяют в аэропортах Канады, Исландии, Италии, Японии, Сингапура и Испании – и все идет к тому, что в будущем это будет повсеместная процедура [7].

Компания Simplifying, которая занимается маркетинговыми стратегиями для авиакомпаний, предсказывает появление такого феномена, как «санитированные путешествия». Багаж будут дезинфицировать с помощью специального спрея, а затем наклеивать на него «санитэги» – бирки, подтверждающие, что чемодан прошел санацию. Ручную кладь будут дезинфицировать ультрафиолетовыми лучами или дезинфицирующим облаком прямо в сканере при досмотре. Чтобы снизить риск распространения инфекции, в аэропорту Сингапура Чанги уже дезинфицируют тележки и киоски самостоятельной регистрации с помощью антимикробного покрытия длительного действия. В большинстве аэропортов не только усилили обычные меры поддержания гигиены, но и расставили автоматы с санитайзером для рук по всем терминалам [3].

Бронирование досмотра. Международный аэропорт имени Пьера Эллиота Трюдо в Монреале уже просит пассажиров заранее

бронировать время контроля безопасности, чтобы избежать очередей. Досмотр багажа в будущем могут проводить различные скрининговые системы, а если так, необходимость в централизованном сканере, через который багаж и ручную кладь прогоняли раньше, отпадет.

Нынешний уровень санитарно-эпидемиологической безопасности в аэропорту могут ощутимо повысить роботы-клинеры. Международный аэропорт Гонконга первым ввел кабинки для дезинфекции в полный рост и умные устройства Intelligent Sanitisation Robots, которые способны уничтожить 99,99% бактерий и вирусов в воздухе. Роботы-клинеры работают по всему сингапурскому аэропорту Чанги и распыляют дезинфицирующие средства после уборки ковров пылесосом. Дезинфицирующие роботы, прошедшие клиническое тестирование, все чаще появляются не только в больницах и лабораториях по всему миру, но и в аэропортах [4].

Таким образом, на сегодняшний день нам удалось выявить актуальные направления развития туротрасли на современном этапе. В отношении перспектив развития туризма в ближайшее будущее, отметим следующее: представители Российского союза туриндустрии полагают, что до конца второго полугодия 2021 г. ситуация не изменится – большинство европейских стран будут закрыты, однако даже после полного открытия границ быстрого восстановления спроса ожидать не стоит. Психологические барьеры продолжают сдерживать поток туристов за границу – по крайней мере, до начала 2022 г.

Помимо боязни заражения, массовый туризм в 2021 г. будут сдерживать санитарные ограничения и меры, и как следствие – рост цен на сервис. Отели и рестораны повышают ценники, поскольку тратят на санитарную обработку гораздо больше средств, чем до пандемии. Кроме того, действуют правила по ограничению количества гостей.

В свою очередь, эксперты таких крупных туристских компаний как «Интурист» и TUI Group полагают, что лидерами в 2021 г. будут Турция, ОАЭ, Египет, Мальдивы, Куба, Тунис и Таиланд – особенно при условии смягчения правил карантина. Вырастет также спрос на Доминикану, Марокко и Грецию. Если Испания,

Франция и Италия откроют границы для российских туристов, то поездки в эти страны также будут востребованы [2].

Перспективы дальнейших исследований автора будут связаны с подготовкой будущих специалистов в условиях преобразования туристской отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Журнал о красивых местах и самостоятельных путешествиях: Новые технологии в туризме, которые создают будущее путешествий. – Режим доступа: <https://www.skyscanner.ru/news/travel-tech-post-coronavirus> (дата обращения: 28.02.21). – Текст : электронный.

2. Информационный портал «В-Mag»: Пандемия изменила туризм: какие перспективы у туризма в 2021 году. – Режим доступа: <https://b-mag.ru/pandemija-izmenila-turizm-kakie-perspektivy-u-turizma-v-2021-godu/>(дата обращения: 01.03.21). – Текст : электронный.

3. Как изменится туризм под влиянием пандемии? – Режим доступа: <https://innovationmap.innoagency.ru/travel/> (дата обращения: 28.02.21). – Текст : электронный.

4. Как пандемия изменила туризм и что нас ждет в 2021 году.– Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/5fdca8079a794710499353c8> (дата обращения: 28.02.21). – Текст : электронный.

5. **Логунцова, И. В.** Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы / И. В. Логунцова // Государственное управление. – Электронный вестник. – 2020. – № 80. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-turizma-v-usloviyah-pandemii-koronavirusa-vyzovy-i-perspektivy> (дата обращения: 01.03.21). – Текст : электронный.

6. Туристический бизнес в 2021 году может создать для туристов новые сервисы – Режим доступа: <https://www.tourdom.ru/news/nazvany-idei-dlya-biznesa-v-sfere->

6.Симонова, Т. Ю. Формирование профессиональной направленности обучающихся вуза на основе применения контекстного обучения / Т. Ю. Симонова. – Текст : непосредственный // Инновационные решения для туризма и сервиса в науке и образовании : материалы международной научно-практической и научно-методической конференции (17–18 марта 2020). – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2020. – С. 153–157.