

ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ: НАПРАВЛЕНИЯ, ТЕХНОЛОГИИ, ПРЕИМУЩЕСТВА

М.А. Стрельникова, Н.В. Лаврищева

Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина
(Елец, Россия)

***Аннотация.** Статья посвящена характеристике инновационных процессов в сфере туризма. Дается определение инноваций и краткий экскурс в историю понятия. Выделены основные направления инноваций в туризме, которые соотносятся с классификацией инноваций. Перечисляются такие актуальные на сегодняшний день инновации, как использование иммерсивных и IT-технологий, которые способствуют созданию новых форм и видов туристского продукта. Автор делает акцент на инновациях в экскурсионной деятельности и отмечает ряд технологий, благодаря которым экскурсии приобретают современный и удобный для потребителя формат. Особое внимание в статье отводится аудиогиду как техническому и технологическому инновационному продукту. Отмечается ряд преимуществ аудиоэкскурсий в сравнении с традиционными, отражены основные этапы в их создании. Делается вывод о необходимости внедрения инноваций в туристской отрасли, которая подвержена серьезным колебаниям в зависимости от меняющихся предпочтений, что определяет, в конечном итоге, конкурентоспособность турпродукта.*

***Ключевые слова:** инновации, инновационные технологии в туризме, иммерсивность, квесты, виртуальные экскурсии, цифровые платформы, онлайн-агрегаторы, аудиогиды.*

INNOVATIONS IN TOURISM: DIRECTIONS, TECHNOLOGIES, ADVANTAGES

M.A. Strelnikova, N.V. Lavrishcheva

Bunin Yelets State University
(Yelets, Russia)

***Abstract.** The article is devoted to the characteristics of innovative processes in the field of tourism. The definition of innovation and a brief digression into the history of the concept are given. The main directions of innovation in tourism are highlighted, which correspond to the classification of innovations. Such relevant innovations as the use of immersive and IT technologies, which contribute to the creation of new forms and types of tourist products, are listed. The author focuses on innovations in excursion activities and notes a number of technologies, thanks to which excursions acquire a modern and consumer-friendly format. The article pays special attention to the audio guide as a technical and technological innovative product. A number of advantages of audio tours in comparison with traditional ones are noted, the main stages of creation are reflected. The conclusion is made about the need to introduce innovations in the tourism industry, which is subject to serious fluctuations depending on changing preferences, which ultimately determines the competitiveness of the tourism product.*

***Keywords:** innovations, innovative technologies in tourism, immersiveness, quests, virtual excursions, digital platforms, online aggregators, audio guides.*

Современное состояние перехода к инновационной экономике предполагает реализацию инновационных стратегий в различных отраслях народного хозяйства, в том

числе и в туризме. В отечественных и зарубежных источниках существуют различные трактовки понятия «инновация». В статье Трамовой А.М. и Кожокова М.К. приводится систематизированный ряд определений инновации (32 дефиниции), которые обобщены и сгруппированы по различным основаниям (инновация как процесс; инновация как объект или результат, инновация как синтез нового объекта и процесса по его разработке). Если говорить об истории понятия, то следует отметить, что впервые в 1920-х годах ввел в употребление термин «инновации» Й. Шумпетер: инновация – это «получение ренты за счет преимуществ на рынке, полученных путем: 1) использования новой техники, новых технологий или нового рыночного обеспечения производства; 2) внедрения продукции с новыми свойствами; 3) применения нового сырья; 4) внедрения новых способов организации производства; 5) создания новых рынков сбыта» [10, с. 171].

Сегодня инновации играют ключевую роль в туризме, поскольку они представляют собой эффективный метод конкуренции. Ряд авторов выделяет основные направления в инновационной деятельности туристской сферы, которые соотносятся с классификацией инноваций в целом: инновации продукта, инновации процесса, инновации в управлении, маркетинговые инновации, инновации бизнес-модели, ресурсные инновации, концептуальные инновации [2], [3].

Хотя инновационные процессы имеют свои особенности, они подчиняются общим законам экономического развития. Это относится как к туристическому бизнесу в целом, так и к его составляющей – экскурсионной деятельности. К инновациям в экскурсионной сфере относятся исследователями новые формы экскурсии, экскурсии с элементами анимации, использование новейших информационных технологий, качественным образом преобразующих продукт [1, с. 154]. Такие инновации влияют на конкурентоспособность и способствуют успешному продвижению экскурсионных услуг на туристском рынке. При этом наблюдается неизбежный процесс интеграции различных инновационных технологий с уже устоявшейся практикой экскурсионной деятельности [4].

Исследователи выделяют следующие виды инноваций (Рис. 1).



Рис. 1. Виды инноваций в экскурсионной деятельности

Как можно убедиться, эти виды имеют свою специфику, определяемую областью применения, но, в целом, соотносятся с общей классификацией: технологические, социальные, продуктовые, маркетинговые и организационные инновации [3].

Зарубежный и российский опыт развития туризма и экскурсионной деятельности позволяет выделить ряд инновационных технологий, которые получили распространение за последние 10-15 лет и изменили в некоторых случаях не только форму предоставления

туристско-экскурсионных услуг, но и само их содержание. На рынке появились виртуальные экскурсии различной тематики, экстремальные туры, квест-туры, мультимедийные программы, экскурсии для людей с особыми потребностями, экскурсии с QR-кодами, аудиогиды. Стали использоваться такие новейшие технологии, как сторителлинг, иммерсивный подход, цифровые возможности и т.д. Остановим свое внимание на некоторых из них.

«Иммерсивность – это способ взаимодействия, который позволяет человеку почувствовать себя частью искусственно созданной ситуации» [6]. Иммерсивность как метод и технология широко используется в настоящее время при разработке туристского продукта, способствуя появлению принципиально новых туристско-экскурсионных услуг. Например, экскурсий с элементами квеста, гастрономических путешествий с проводником, костюмированных экскурсий, экскурсий с QR-кодами, виртуальных экскурсий. Остановим внимание на некоторых примерах.

«Виртуальные экскурсии – это экскурсии с виртуальными изображениями существующих объектов с целью создания условий для самостоятельного наблюдения» [7, 256]. Есть ряд преимуществ такого экскурсионного продукта, в отличие от традиционных форм: минимальные финансовые затраты, удобное для экскурсантов время, знакомство с мировыми памятниками, возможность многократного просмотра. Этот вид инноваций успешно практикуется музеями с начала 2000-х годов и стал наиболее востребованным в период пандемии.

Все эти иммерсивные инструменты можно успешно применять на практике при формировании индивидуального туристского продукта. Именно такие инструменты способны выделить турпродукт среди множества аналогов.

Хороший пример использования иммерсивности в экскурсиях – аудиогиды. Аудиогиды – это фонограммы или аудиосопровождения, которые содержат информацию для самостоятельного знакомства с экспозициями музеев и достопримечательностями города. Также аудиогидом называют устройство для воспроизведения этой информации [8].

В условиях изменений в экономике и стремительного развития инновационных технологий появляются новые способы подготовки путешествий [2]. Д. Г. Мамраева и А. С. Бименде [8] отмечают, что на современном этапе всё больше людей выбирают самостоятельный туризм вместо организованных туров. Весьма актуальными являются в этом плане новые технологии, которые помогают в организации самостоятельных путешествий. К таким «помощникам» следует отнести аудиогиды, сайты-агрегаторы бронирования гостиничных, экскурсионных и транспортных услуг и т.д.), мобильные приложения.

Тренды «смартфонизации» и «онлайнизации», по словам О.Е. Афанасьева, не обошли стороной экскурсионную отрасль [3, с. 32]. В настоящее время на рынке туристских услуг есть большое количество онлайн-агрегаторов и мобильных приложений, с помощью которых потребитель туруслуг может приобрести экскурсионный продукт в любом географическом направлении. Цифровые возможности позволяют и создателям экскурсионных услуг предлагать, продвигать и продавать свои разработки. Среди таких проектов следует назвать Tripster.ru, Extraguide.ru, Туристер.py, izi.Travel, QwixiTour, Museum Audio Guide и др.

Аудиогиды на мобильных устройствах дают возможность оторваться от туристической группы или составить маршрут путешествия в соответствии со своими культурными предпочтениями и ритмом движения [5].

Впервые аудиогиды начали использовать в музеях, чтобы посетители могли самостоятельно знакомиться с экспозициями. Сегодня они имеют широкое поле применения: выставки, природные и городские экскурсионные маршруты, инклюзивные туристско-экскурсионные программы.

Этот ресурс вполне доступен, т.к. практически каждый имеет мобильный телефон, и большинство аудиогидов размещены на платформах iOS и Android.

Аудиоэкскурсии готовятся, как правило, профессиональными экскурсоводами, краеведами, знатоками истории и культурного наследия дестинации. Такое приложение даёт полную свободу передвижения во времени и пространстве.

Следует назвать ряд преимуществ аудиогuida (Рис.2) [5]:



Рис. 2. Преимущества в использовании аудиогuida

Современные аудиогиды бывают двух видов: аппаратные и программные. Аппаратные аудиогиды широко распространены в музеях, экскурсионных учреждениях и сдаются туристам на временное пользование за определенную цену. Программные аудиогиды – это разработанные приложения для мобильных телефонов и других гаджетов с интернет-подключением, реализуемые на сервисах izi.TRAVEL, ThingLink, Qwixi и др. [9].

Процесс создания аудиогuida включает несколько ключевых этапов, направленных на разработку качественного продукта, способного удовлетворить потребности пользователей в получении информации и навигации по определенному маршруту или месту:

1. Определение целевой аудитории: важно четко понимать, кто будет использовать аудиогид, их интересы, уровень знаний и ожидания от продукта. Это позволит адаптировать содержание и стиль изложения под конкретные потребности.

2. Выбор темы и маршрута: необходимо определить, о чем будет рассказывать аудиогид, и выбрать маршрут, по которому будут следовать пользователи. Это может быть исторический маршрут, туристический объект или выставка.

3. Сбор и анализ информации: на этом этапе происходит сбор данных о выбранном маршруте или объекте, включая исторические факты, интересные детали, легенды и мифы. Информация должна быть проверена на достоверность и актуальность.

4. Разработка структуры и содержания: на основе собранной информации создается структура аудиогuida, включающая введение, основные разделы и заключение. Содержание

должно быть логичным, последовательным и информативным. На этом этапе создается сценарий, где уделяется внимание фоновым знаниям, интересным фактам и современной истории каждого объекта на маршруте. Необходимо указать официальное наименование объекта, его важность, историю создания или жизни людей, связанных с ним, уникальные факты и краткую современную историю, также обратить внимание на яркие детали и уникальные особенности объекта, которые могут заинтересовать слушателей.

5. Запись аудиоматериала: после разработки структуры и содержания начинается процесс записи аудиоматериала. Текст должен быть прочитан профессиональным диктором с четкой дикцией и выразительностью.

6. Монтаж и редактирование: Записанный аудиоматериал подвергается монтажу и редактированию для достижения наилучшего качества звучания и устранения ошибок.

7. Создание интерфейса и навигации: разрабатывается интерфейс аудиогида, который будет использоваться для управления контентом и навигации по маршруту. Интерфейс должен быть интуитивно понятным и удобным в использовании.

8. Тестирование и доработка: перед выпуском аудиогида проводится тестирование на удобство использования и качество звука. По результатам тестирования вносятся необходимые доработки.

9. Публикация и продвижение: Готовый аудиогид публикуется на платформах для аудиогидов и продвигается среди целевой аудитории через социальные сети, блоги и другие каналы коммуникации.

Каждый этап процесса создания аудиогида требует тщательной проработки и внимания к деталям, чтобы обеспечить высокое качество конечного продукта и удовлетворение потребностей пользователей.

Инновации в экскурсионной деятельности играют важную роль в повышении конкурентоспособности туристского продукта. Они позволяют создавать новые и уникальные предложения, которые привлекают внимание туристов и делают их опыт незабываемым. Одним из ключевых аспектов инноваций в экскурсионной деятельности является разработка новых маршрутов и экскурсий. Это могут быть тематические экскурсии, экскурсии по необычным местам или квесты. Такие инновации делают экскурсии более интересными и разнообразными, что привлекает больше туристов. Ещё одним важным аспектом является использование современных технологий в проведении экскурсий. Например, аудиогиды, радиогиды, автоматические GPS-экскурсоводы и QR-коды позволяют сделать экскурсии более информативными, интерактивными и удобными для туристов. Инновации также затрагивают управление и маркетинг экскурсионных услуг. Внедрение CRM-систем для автоматизации взаимодействия с клиентами, продвижение в социальных медиа и проведение музейных акций помогают привлечь больше туристов и укрепить позиции компании на рынке.

Инновационные технологии в туризме не только облегчают процесс планирования и осуществления путешествий, но и открывают новые горизонты для развития отрасли, делая ее более доступной, интересной и экономически выгодной.

Список источников

1. Акулова А. С. Инновационные технологии в экскурсионном бизнесе / А. С. Акулова // Технологические инновации и научные открытия: сборник научных статей по материалам X Международной научно-практической конференции, Уфа, 16 декабря 2022 года. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр "Вестник науки"», 2022. – С. 153-157.– EDN IAEYXQ.

2. Алексеева Н. Д. Разновидности и функции инноваций в туризме / Н. Д. Алексеева // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. – Серия: Экономика. 2021. № 1(64). – С. 59-63.

3. Афанасьев О. Е. Опыт внедрения инноваций при предоставлении экскурсионных услуг / О. Е. Афанасьев // Стратегические изменения в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 21 сентября 2018 года / Под ред. Е.Е. Коноваловой. – Казань: РУСАЙНС, 2018. – С. 28-35. – EDN YUWZJR.
4. Богатырева И. Г., Макоева З.А. Инновации в экскурсионной деятельности // StudNet. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti-2> (дата обращения: 08.05.2024)
5. Быкова В. А. Создание и использование аудиогидов в экскурсионной практике / В. А. Быкова // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий: Сборник материалов XVIII Международной научно-практической конференции, посвященной 415-летию города Томска, Томск, 31 октября 2019 года. – Томск: [б.и.], 2019. – С. 207-209. – EDN QOBNUC.
6. Губанова М. К. Иммерсивность как способ популяризации турпродукта / М. К. Губанова // Синергия Наук. – 2018. – С. 394-399. – EDN YTCWWD.
7. Лукьянова Н. А. Экскурсия с элементами инновации как перспективная форма организации культурно-досуговой деятельности молодежи / Н. А. Лукьянова, Т. А. Кравчук // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2020. – № 50. – С. 253-259. – DOI 10.317773/2078-1768-2020-50-253-259. EDN JYBIQV.
8. Мамраева, Д. Г. Применение мобильных аудиогидов как фактора развития цифровизации в туристской отрасли / Д. Г. Мамраева, А. С. Бименде // Цифровая экономика, умные инновации и технологии: сборник трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции с зарубежным участием, Санкт-Петербург, 18–20 апреля 2021 года. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – С. 401-403. – DOI 10.18720/IEP/2021.1/127. – EDN KYVKPQ.
9. Чирский Н.А., Хвагина Т.А. Инновации в экскурсионной деятельности // Туризм и гостеприимство. 2015. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 27.05.2024).
10. Трамова А. М. Анализ понятия «инновации» и «инновационной деятельности» с его определением в туризме / А. М. Трамова, М. К. Кожоков // Известия Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им. В.М. Кокова. – 2015. – № 4(10). – 165-175. – EDN RSEOZY.

References

1. Akulova A. S. Innovative technologies in the excursion business / A. S. Akulova // Technological innovations and scientific discoveries : A collection of scientific articles based on the materials of the X International Scientific and Practical Conference, Ufa, December 16, 2022. Ufa: Limited Liability Company "Scientific Publishing Center "Bulletin of Science", 2022. – pp. 153-157. – EDN IAEYXQ.
2. Alekseeva N. D. Varieties and functions of innovations in tourism / N. D. Alekseeva // Bulletin of the Volga Region State University of Service. – Series: Economics. 2021. No. 1(64). – pp. 59-63. E – DN ZJTHZK.
3. Afanasyev O. E. Experience in introducing innovations in the provision of excursion services / O. E. Afanasyev // Strategic changes in the field of tourism and hospitality: search for a new vector of development : Materials of the All-Russian Scientific and practical conference, Kazan, September 21, 2018 / Edited by E.E. Konovalova. – Kazan: RUSAINS, 2018. – pp. 28-35. – EDN YUWZJR.
4. Bogatyreva I. G., Makoeva Z.A. Innovations in excursion activities // StudNet. 2020. No.5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti-2> (date of application: 05/08/2024)

5. Bykova V. A. Creation and use of audio guides in excursion practice / V. A. Bykova // Opportunities for the development of local lore and tourism in the Siberian region and adjacent territories : A collection of materials from the XVIII International Scientific and Practical Conference dedicated to the 415th anniversary of the city of Tomsk, Tomsk, October 31, 2019. Tomsk: [B.I.], 2019. – pp. 207-209. – EDN QOBNUC.
6. Gubanova M. K. Immersivity as a way to popularize a tourist product / M. K. Gubanova // Synergy of Sciences. – 2018. – pp. 394-399. – EDN YTCWWD
7. Lukyanova N. A. Excursion with elements of innovation as a promising form of organizing cultural and leisure activities of youth / N. A. Lukyanova, T. A. Kravchuk // Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts. – 2020. – No. 50. – pp. 253-259. – DOI 10.317773/2078-1768-2020-50-253-259. EDN JYBIQV.
8. Mamraeva, D. G. The use of mobile audio guides as a factor in the development of digitalization in the tourism industry / D. G. Mamraeva, A. S. Bimende // Digital economy, smart innovations and technologies : Proceedings of the National (All-Russian) scientific and practical conference with foreign participation, St. Petersburg, April 18-20, 2021. – St. Petersburg: POLYTECH PRESS, 2021. – pp. 401-403. – DOI 10.18720/IEP/2021.1/127. – EDN KYVKPQ.
9. Chirsky N.A., Khvagina T.A. Innovations in excursion activities // Tourism and hospitality. 2015. No.2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti> (date of application: 05/27/2024).
10. Tramova A.M. Analysis of the concept of "innovation" and "innovative activity" with its definition in tourism / A.M. Tramova, M. K. Kozhokov // Izvestiya Kabardino-Balkarian State Agrarian University named after V.M. Kokov. – 2015. – № 4(10). – 165-175. – EDN RSEOZY.