

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОННОГО ЭКО-ТУРИЗМА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ

к.с/х.н., доцент Глебова И.А., бакалавр Кокорина В.В.,

ФГБОУ ВО «МГУТУ им.К.Г.Разумовского (ПКУ)»

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы цифровизации и развития эко-туристической отрасли на примере конно-спортивного клуба «Балашихинский». Она представляет интерес для специалистов в области эко-туризма, менеджмента и маркетинга а также для предпринимателей, занимающихся организацией конных экскурсий и туров. Тема цифровизации конного эко-туризма актуальна и важна для понимания того, какие возможности и вызовы представляют собой цифровые технологии для данной отрасли.

Ключевые слова: цифровизация, конный эко-туризм, технологии, управление, маркетинг, экскурсии, туры, туризм.

В настоящее время для обеспечения успешной продажи услуг туристской компании необходимо сделать больше, чем просто создать и установить цены на туристский продукт. Компании необходимо стремиться продавать свои услуги, сопровождая их информативными сообщениями, то есть развивать коммуникативные функции маркетинга, особенно эко-рекламу с применением цифровых технологий, мотивировать персонал, разрабатывать стратегические направления деятельности.

При активном развитии туристского рынка, увеличения уровня конкуренции в данной сфере, возникает необходимость проводить изучение маркетинговых средств продвижения туристского продукта информирования потребителей о новых услугах в туризме.

На сегодняшний день тема организации и продвижения услуг конно-спортивного клуба изучена не в полном объеме. Степень разработанности проблемы определяется тем, что научных исследований, специально посвящённых организации и продвижению услуг конно-спортивного туризма в целом, не проводилось. Чтобы конно-спортивный туризм мог в полной мере выполнять свою миссию, необходима его активная популяризация и внедрение новых эко-подходов с применением цифровых технологий.

В последние десятилетия конный экотуризм становится все более популярным видом активного отдыха, привлекающим как профессиональных наездников, так и любителей лошадей, но доля на российском рынке мала (диаграмма 1).

Доля туризма на российском рынке

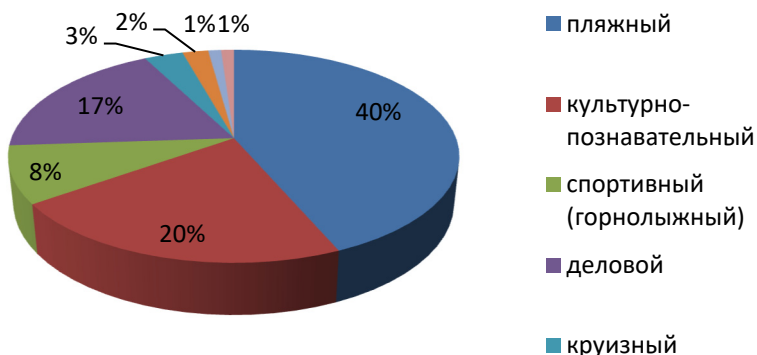


Диаграмма 1 – доля туризма на российском рынке

Из диаграммы видно, что развитие конного туризма очень актуально и необходимы меры по его развитию, но существуют проблемы. Проблемы в первую очередь, в расширении услуг и цифровизации. Наши исследования проходили на базе конно-спортивного клуба в г.о. Балашиха (рис.1).

Цифровизация конного эко-туризма представляет собой процесс внедрения цифровых технологий в организацию и проведение туров, а также в управление и маркетинг данного вида туризма.



Рисунок 1 – конно-спортивный клуб г.о. Балашиха

Основные аспекты цифровизации конного эко-туризма:

1. Онлайн-бронирование и продажа туров. Цифровизация позволяет потенциальным клиентам легко найти информацию о доступных турах, выбрать оптимальный маршрут и забронировать его онлайн. Это упрощает процесс планирования поездки и делает его более удобным для туристов.

Кроме того, цифровизация также позволяет туристическим компаниям управлять своими предложениями и инвентарем более эффективно, автоматизировать процессы бронирования и оплаты, а также улучшить обслуживание клиентов. Это помогает компаниям быть более конкурентоспособными на рынке и привлекать больше клиентов.

Онлайн-бронирование также дает возможность туристам сравнивать цены и условия различных туров, что помогает им выбрать наиболее выгодное предложение. Это способствует увеличению прозрачности и конкуренции на рынке туризма.

Цифровизация также открывает новые возможности для персонализации предложений и улучшения взаимодействия с клиентами. Туристические компании могут использовать данные о предпочтениях клиентов, чтобы предлагать им более подходящие туры и услуги, что повышает удовлетворенность клиентов и вероятность повторных покупок.

Таким образом, цифровизация туристической отрасли не только упрощает процесс бронирования и путешествия для клиентов, но и помогает компаниям быть более эффективными, конкурентоспособными и адаптивными к изменяющимся потребностям рынка.

2. Мобильные приложения. Разработка специализированных мобильных приложений для конного экотуризма позволяет туристам получать информацию о маршруте, услугах и условиях проживания прямо на своих смартфонах. Такие приложения также могут предоставлять навигационную поддержку и возможность общения с группой.

Интерактивные карты. Использование интерактивных карт позволяет туристам более детально изучать маршруты и достопримечательности, а также получать информацию о расположении отелей, зон отдыха и других объектов инфраструктуры. Это делает путешествие более удобным и интересным для туристов.

3. Использование дронов. Дроны могут быть использованы для создания красочных видеороликов и фотографий с высоты, демонстрирующих красоту природы и интересные места во время конного тура. Это помогает привлечь новых клиентов и продвигать услуги экотуроператоров.

Дроны также могут использоваться для мониторинга состояния природы и дикой фауны, что позволяет экотуроператорам более эффективно управлять своими территориями и предотвращать негативное воздействие на окружающую среду.

Кроме того, дроны могут использоваться для доставки срочных медицинских препаратов или товаров на удаленные территории, что особенно важно для эко-туров, проводимых в отдаленных и труднодоступных районах.

Таким образом, использование дронов в экотуризме может значительно улучшить качество услуг, обеспечить безопасность и комфорт для туристов, а также способствовать сохранению природы и биоразнообразия.

4. Системы управления турами. Цифровые системы управления турами позволяют операторам конного экотуризма эффективно планировать и проводить туры, контролировать безопасность и комфортность клиентов, а также управлять ресурсами и оборудованием.

Такие системы обычно включают в себя GPS-навигацию, мониторинг здоровья лошадей, системы коммуникации для связи с группой и экстренной помощью, а также возможность создания маршрутов и отслеживания пройденного пути. Все это помогает повысить уровень сервиса и безопасности, что делает опыт конного туризма более приятным и привлекательным для клиентов.

5. Маркетинг в социальных сетях. Использование социальных сетей для продвижения конного экотуризма позволяет привлечь большую аудиторию потенциальных клиентов, делиться впечатлениями от туров, получать обратную связь и участвовать в обсуждениях.

Такой подход позволяет создать более тесные связи с клиентами, увеличить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов. Важно создавать интересный и полезный контент, который будет привлекать внимание пользователей и вызывать у них желание узнать больше о предлагаемых услугах. Также стоит активно взаимодействовать с аудиторией, отвечать на их вопросы и комментарии, проводить опросы и конкурсы.

Социальные сети также позволяют использовать таргетированную рекламу, чтобы достигнуть более узкой целевой аудитории и повысить эффективность маркетинговых кампаний. Важно анализировать данные и отслеживать реакцию аудитории на различные виды контента, чтобы постоянно улучшать стратегию продвижения в социальных сетях.

Новые возможности СКС г.о.Балашиха:

Цифровизация конного экотуризма откроет новые возможности для развития отрасли, такие как увеличение числа клиентов за счет удобства онлайн-бронирования, повышение качества обслуживания благодаря использованию современных технологий, расширение географии привлечения клиентов за счет интернет-маркетинга и привлекательной визуализации.

Однако, вместе с этим, цифровизация также представляет вызовы, которые необходимо учитывать.

Во-первых, для успешной цифровизации необходимо инвестировать в разработку и поддержку цифровых систем. Это может потребовать значительных финансовых затрат, особенно для малых и средних предприятий в отрасли конного экотуризма. Однако, в долгосрочной перспективе такие инвестиции могут принести значительные выгоды, улучшив качество обслуживания и повысив эффективность бизнеса.

Во-вторых, цифровизация требует обучения персонала работе с новыми технологиями. Это может быть вызовом для предприятий, где

сотрудники не имеют достаточного опыта работы с цифровыми системами. Поэтому важно предусмотреть программы обучения и поддержки персонала, чтобы обеспечить успешную имплементацию цифровых технологий.

Третьим вызовом является защита данных клиентов и обеспечение безопасности онлайн-платежей. С увеличением онлайн-бронирований и оплаты услуг важно обеспечить надежную защиту конфиденциальных данных клиентов и предотвратить возможные кибератаки.

В целом, цифровизация конного экотуризма открывает перед отраслью множество возможностей для развития, однако важно учитывать вызовы, которые могут возникнуть при внедрении цифровых технологий. Решение этих вызовов позволит отрасли успешно адаптироваться к цифровой эпохе и повысить свою конкурентоспособность.

Цифровизация конного эко-туризма представляет собой неотъемлемый процесс развития отрасли, который открывает новые возможности для привлечения клиентов, повышения качества обслуживания и расширения географии деятельности. Однако успешная реализация цифровизации требует комплексного подхода, инвестиций и подготовки персонала.

Список источников:

1. Левченко Константин Константинович, Левченко Татьяна Павловна ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА // Сервис в России и за рубежом. 2021. №5 (97). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologicheskie-transformatsii-kak-vazhneyshiy-faktor-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma> (дата обращения: 15.11.2023).
2. Миронова Наталия Алексеевна Классификация агротуризма и его особенности // Московский экономический журнал. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-agroturizma-i-ego-osobennosti> (дата обращения: 15.11.2023).
3. Морозов Михаил Анатольевич, Морозова Наталья Степановна КОНЦЕПЦИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-tsifrovoy-ekosistemy-industrii-turizma-i-gostepriimstva> (дата обращения: 15.11.2023).
4. Чуваткин Петр Петрович, Левченко Константин Константинович РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tsifrovyyh-tehnologiy-v-povyshenii>

- innovatsionnoy-aktivnosti-turistskih-organizatsiy (дата обращения: 15.11.2023).
5. Чуваткин Петр Петрович, Левченко Константин Константинович РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tsifrovyyh-tehnologiy-v-povyshenii-innovatsionnoy-aktivnosti-turistskih-organizatsiy> (дата обращения: 15.11.2023).
 6. Шкулова Елена Александровна ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ // РЭиУ. 2023. №2 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-marketing-territoriy-vyzovy-novogo-vremeni-i-prioritety-razvitiya> (дата обращения: 15.11.2023).