

Copyright © 2018 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2018, 12(2): 194-203

www.vestnik.sutr.ru



UDC 338.48

The Unified Tourist Card (Tourist Account) Tourism Technology Platform (IT System): the Concept of Development and Promotion in the Resort City of Sochi

Maxim S. Krivov ^a, Boris A. Ermakov ^{b, *}

^a Strana Reinfo LLC, Russian Federation

^b Sochi state university, Russian Federation

Abstract

This article introduces a concept of developing and promoting a tourism technology platform (IT system) called a Unified Tourist Card (Tourist Account) in the resort city of Sochi. It was designed using a methodical approach based on functional benchmarking of international and Russian experience with various modifications of the tourist guest cards, as well as the possibility of using such popular systems as promocode and cashback in this model. The described model unlike similar models allows not only to provide discounts to the tourists on a wide range of goods and services in the destinations of travel and vacation, but it can also resolve the topical issues of statistical reporting on the number of tourists. The main difference between the proposed system and the existing similar systems is the absence of physical media of the discount program (for example, plastic cards) and joining-in for free. Also within the model it is possible to provide access to the content with a user-friendly and intuitive search engine for finding sites of interest and excursion routes. The most important expectation as to the realization of the Unified Tourist Card digital system mode is development of a workable tool for performing the functions of statistical reporting on the tourist flow to the Sochi destination, and enhancing its competitiveness. More details on aspects characterizing development of this project could be provided within the framework of individual studies carried out with regard to the specific features of any given tourist regions.

Keywords: tourism technology platform, Unified Tourist Card (Tourist Account), Tourist Guest Card, statistical reporting on the number of tourists, cashback, promocode, discounts.

1. Введение

Одной из серьезных проблем, искажающих оценку реального положения дел в сфере внутреннего туризма и оказывающих негативное влияние на политику стратегического планирования в отрасли на всех уровнях управления, является отсутствие объективных статистических данных о численности и структуре туристского потока и объеме доходов генерируемых туристским сектором экономики в особенности в сегменте самостоятельного туризма, приобретающего все большую популярность в последнее время. К сфере туризма в полной мере применимо нередко цитируемое замечание Бенджамина Дизраэли¹, которое гласит: “Существует три вида лжи: ложь, наглая ложь и статистика” (lies, damned lies and

* Corresponding author

E-mail addresses: borisermakovsochi@gmail.com (Б.А. Ермаков),
makskrivov@mail.ru (М.С. Кривов)

1 – Бенджамин Дизраэли (1804–1881), британский премьер-министр и писатель

statistics)». Нам представляется, что именно через призму данного замечания следует рассматривать любые количественные оценки турпотока, приводимые чиновниками различных рангов. В «Концепции развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 года» констатированы серьезные недостатки в сфере информатизации туризма. Прежде всего, речь идет о низком технологическом уровне регионального туристского продукта и сервисов в сравнении с зарубежными конкурентами, отсутствии удобных туристско-рекреационных информационных ресурсов, слабой заинтересованности туроператоров в разработке и продвижении инновационных форм туристских продуктов нацеленных на создание удобной и понятной системы поиска объектов показа и экскурсионных маршрутов [1]. С учетом роста влияния информационно-коммуникационных технологий на развитие сферы туризма с учетом современных трендов, в основе которых лежит диверсификация туристских продуктов и повышение требований туристов к уровню сервиса, сохранение такого положения недопустимо. Поэтому необходимость разработки туристской технологической платформы как инновационной системы, обеспечивающей использование новых форматов туристского сервиса, а также позволяющей осуществлять учетно-статистические функции для такого крупного курорта как Сочи, является актуальной проблемой.

Предпосылками для ее реализации служат:

- глобальное распространение сети «Интернет»;
- широкое развитие информационных технологий в социальной сфере (онлайн-экскурсии, веб-камеры, социальные сети, форумы, блоги, системы онлайн-бронирования билетов, тематические телевизионные каналы и телепрограммы с возможностью их просмотра в удобное время);
- развитие туристских информационных систем и онлайн-услуг, обеспечивающих прямые продажи туристских услуг конечным потребителям и консультирующих их по всем вопросам, возникающим при планировании туристских поездок и путешествий;
- увеличение количества, повышение удобства и эффективности онлайн-сервисов;
- высокий уровень информатизации гостиничной и ресторанной сети, объектов туристического показа и индустрии развлечений;
- качественная мобильная связь на всей территории Краснодарского края, и в особенности в Сочи, что является одним из элементов олимпийского наследия [6].

2. Материалы и методы

Методическую основу исследования составляют труды российских и зарубежных авторов, посвященные маркетингу туристских услуг [3; 4; 5; 8] и экспертов в области информационных технологий и разработки программного обеспечения [2; 7; 15; 17; 18; 21], а также комплекс методов моделирования, экспертных оценок и прогнозирования. Методология функционального бенчмаркинга состояла из следующих этапов: выбор параметров сравнения анализируемых разновидностей «туристической карты гостя» и сбор необходимой информации об аналогичных функциях выполняемых системами, анализ полученной информации, разработка проекта вносимых изменений в данное направление деятельности, теоретическое обоснование предлагаемых инноваций и прогностическая оценка качества изменения исследуемых функций.

3. Обсуждение

Упоминание карты туриста можно найти на страницах различных путеводителей по Европе [10; 11; 14; 20] и России [12-14; 16; 23], как способа существенно сэкономить на путешествии. На персональных страницах путешественников в сети интернет также встречается информация о карте туриста в формате личного мнения об этом феномене. Проведенный нами анализ европейского и российского опыта практического использования информационных систем привязанных к карте туриста показал противоречивость сложившейся ситуации. С одной стороны, очевидно, что в Европе достаточно давно сложился стандарт систем поощрения туристической лояльности, который в настоящее время активно перенимается российскими аналогами. С другой стороны, анализ опыта внедрения и развития аналогичных систем в регионах России, помимо Москвы и Санкт-Петербурга, наглядно показывает несостоятельность стандартной формы «туристической

карты гостя» в Российской Федерации. И прежде всего, что затраты туристов на приобретение данного продукта, как правило, не окупаются.

Среди прочих проблем выделяются:

- отсутствие единого информационного пространства, включающего информацию об объектах показа, культурном и историческом наследии курорта, культурно-развлекательных и спортивных мероприятиях;

- низкий уровень повседневного туристского сервиса на фоне высокой стоимости отдыха;

- отсутствие стандартизации территориального туристского продукта;

- слабое продвижение «туристической карты туриста» среди целевой аудитории;

- ориентированность провайдеров исключительно на получение прибыли, а не на решение существующих проблем управления курортными территориями.

Сложившаяся ситуация требует разработки ряда инновационных решений, которые позволят создать модель туристской электронной системы, ориентированную, прежде всего, на удовлетворение потребностей туриста. Её принципиальным отличием от аналогов является полный отказ от любых физических носителей, например, пластиковых карт, выстраивание всей инфраструктуры в электронном пространстве, а также безвозмездность включения туриста в программу. При этом, важнейшим критерием создания модели IT-системы «Единая карта туриста» является соответствие общему стандарту City Pass. Иными словами, туристская технологическая платформа (IT-система) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)» должна представлять совокупность европейского опыта и собственных разработок. Так же, модель должна учитывать заинтересованность всех сторон в получении выгоды и направленность на решение проблем туристской сферы, включая формирование механизма статистического учета турпотока и объема прямых и косвенных расходов туристов. В самом общем виде структура разрабатываемой модели состоит из следующих основных элементов: веб-сайта (электронный ресурс) и мобильного приложения.

1. Веб-сайт – электронный ресурс, где будет размещаться вся необходимая информация о курорте Сочи, включая сведения о компаниях-партнерах участвующих в дисконтной программе, карты с отмеченными объектами показа с указанием схем проезда. Так же планируется создание форума, где участники смогут делиться впечатлениями о посещении Сочи и отзывами пользователей электронной системы «Единая карта туриста». Содержание электронного ресурса включает следующие основные разделы: личный кабинет; раздел «Сочи культурный»; событийный календарь; транспортные схемы и интерактивная карта города; Виртуальные экскурсии по городу Сочи в формате видеороликов и сопровождающей информацией об объектах показа; сведения о предприятиях-партнерах проекта, участвующих в реализации дисконтной программы; форум.

2. Мобильное приложение – это программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах. Наиболее перспективное направление в разработке мобильного приложения – это создание бесплатного приложения с возможностью дальнейшей интеграции в него рекламных блоков, например, реклама партнеров электронной системы «Единая карта туриста» с целью монетизации продукта. Для того, чтобы мобильное приложение было конкурентоспособным необходимо, чтобы оно стало неразрывной составляющей всей электронной системы «Единая карта туриста», дающей мгновенный доступ ко всем возможностям веб-сайта, служило маркетинговым инструментом продвижения «Единой карты туриста» [18]. Кроме того, мобильное приложение потенциально способно стать дополнительным источником дохода за счет размещения рекламы и другого контента [15; 17].

Повысить качество сервиса в рамках туристской технологической платформы (IT-системы) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)» можно за счет максимального упрощения процесса регистрации в электронной системе. Основным моментом здесь является то, что в отличие от аналогов процесс попадания в систему заканчивается на этапе регистрации пользователя на сайте. Данный подход не подразумевает необходимости получения физического носителя дисконтной программы – пластиковой карты. Достаточно зарегистрироваться в системе с помощью временного пароля, который приходит на номер телефона в форме SMS-верификации или направления подтверждения на адрес электронной почты» [22; 24]. Далее, пользователь получает доступ к личному кабинету, в котором авторизованный пользователь получает возможность по желанию сменить

временный пароль. Авторизовавшись в системе и сменив пароль, пользователь получает доступ ко всем функциям сайта. Алгоритм регистрации приведен на [рисунке 1](#):



Рис. 1. Регистрация пользователя в электронной системе «Единая карта туриста»

Основная идея дисконтной программы заключается в том, что пользователь системы может получать скидки при покупке товаров и услуг у партнеров системы «Единая карта туриста». В момент покупки товара или услуги у партнеров системы турист должен произнести промокод на кассе, после чего ему автоматически начисляется скидки в размере, установленном партнером. Данный процесс напоминает работу популярной системы «кэшбэк»². Аналогично сервису кэшбэк предполагается работа дисконтной системы «Единая карта туриста». Однако в предлагаемой нами версии есть и существенные отличия: пользователь системы «Единая карта туриста» не возвращает определенный процент на свой счет, а получает полноценную скидку в размере, установленном партнером. В этом смысле процесс так же схож с работой промо-кодов³ по партнерской программе. Идея, лежащая в основе функционирования «Единой карты туриста» – это синтез сервисов «кэшбэк» и промокодов. С одной стороны, имеется ресурс, на котором размещаются промокоды компаний, дающие дисконтное преимущество, с другой стороны, предполагается, что за каждое пользование картой уникальным покупателем будет осуществляться выплата определенного процента от покупки в адрес партнера – системы «Единая карта туриста» в формате роялти. Компания-партнер в праве сама выбрать любой промокод, размещаемый на ее персональной странице на сайте туристской технологической платформы «Единая карта туриста». Промокод становится доступным исключительно авторизованным пользователям. То есть для того, чтобы получить доступ к дисконтной программе, туристу необходимо пройти регистрацию в системе «Единая карта туриста». Продавец активирует скидку после того, как покупатель назвал промокод. Из суммы покупки формируется роялти в размере заранее обговоренного процента. Процесс получения преимущества всеми участниками приведен на [рисунке 2](#):

2 – cashback – это дополнительная функция пластиковой карты, предусматривающая при расчете картой возврат на счет покупателя определенного процента от стоимости его покупок [19].

3 – промокод – это определенная уникальная произвольная комбинация символов (цифр и букв), дающая скидку в определенных магазинах и других торгово-сервисных предприятиях, которую нужно предъявить или объявить при покупке.

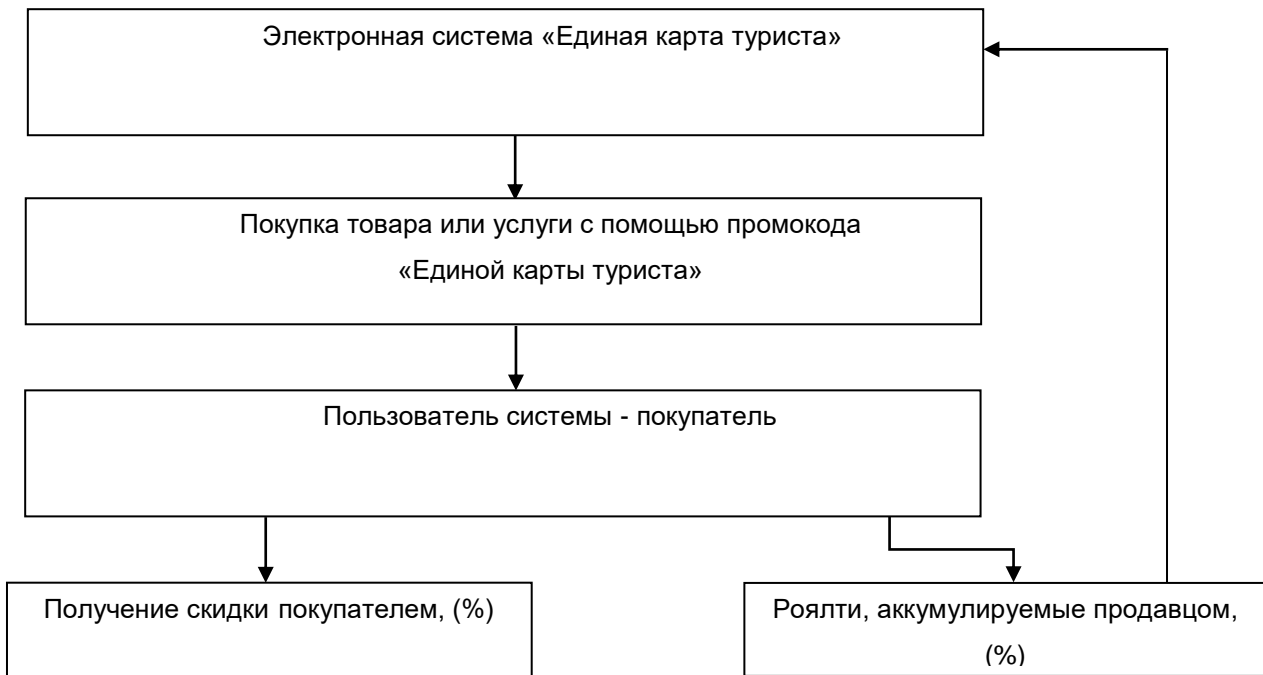


Рис. 2. Выгоды сторон, участвующих в программе «Единая карта туриста»

Рассмотрим альтернативный вариант получения доступа к дисконтной программе. Аналогично предыдущему варианту, пользователь регистрируется в системе, получает временный пароль, авторизуется и получает доступ ко всем функциям сайта. В отличие от предыдущей схемы, в данном случае для доступа к дисконтной программе пользователю необходимо скачать приложение на свой мобильный телефон, перейдя по ссылке в QR-коде либо по ссылке на скачивание в веб-версии сайта [21]. После установки мобильного приложения пользователю будет предложено авторизоваться с помощью тех же данных (логин, пароль), которые используются для входа на сайт. Приложение построено по той же схеме, что и основной электронный ресурс. В нем будет иметься раздел «дисконтная программа». Перейдя в данный раздел, пользователь увидит на экране своего гаджета электронную модель пластиковой карты. Данная функция будет доступна исключительно авторизованным пользователям. Предъявив электронную модель карты на кассе, пользователь аналогично получает скидку, а роялти с покупки аккумулируются на счете у продавца для последующей выплаты электронной системе «Единая карта туриста».

Процесс формирования и внедрения экспериментальной модели электронной системы «Единая карта туриста» состоит из четырех основных этапов. Каждый из этапов представляет собой набор определенных действий, направленных на решение задач, связанных с формированием и внедрением экспериментальной модели электронной системы «Единая карта туриста». Подготовительный этап, в рамках которого проводятся мероприятия по подготовке материальной базы для внедрения и реализации проекта «Единая карта туриста», включает в себя разработку веб-сайта и мобильного приложения, тестирование работоспособности системы, поиск и привлечение потенциальных партнеров системы, наполнение контентом веб-сайта.

Реализация «пилотного» проекта предполагает запуск рабочей версии сайта «Единая карта туриста», загрузку релизной версии приложения «Единая карта туриста» в онлайн-магазины GooglePlay и AppStore, создание реестра партнеров проекта, регистрацию первых пользователей ресурса. На данном этапе необходимо апробировать разработанный алгоритм регистрации в электронной системе, представленный на [рисунке 3](#).



Рис. 3. Интеграция пользователя в электронную систему «Единая карта туриста»

Чтобы реализовать данную схему необходимо заключить договор с операторами мобильной связи, оказывающими услуги на территории Большого Сочи. Идея заключается в том, что при пересечении «условных границ» при въезде в Сочи абонент получает на номер своего мобильного телефона sms-сообщение, в котором ему предлагается пройти на безвозмездной основе регистрацию в электронной системе «Единая карта туриста» с описанием преимуществ, получаемых зарегистрированными пользователями. Использование на практике предлагаемого механизма регистрации в электронной системе «Единая карта туриста» позволит создать условия для статистического учета туристов, въехавших в регион, путем суммирования количества отправленных мобильными операторами sms-сообщений. Данный процесс схематично представлен на [рисунке 4](#).

4. Результаты

В результате внедрения проекта, планируется обеспечить сопровождение и эффективное продвижение туристского продукта Сочи на основе концентрации информационных ресурсов по всем компонентам туристского продукта, позволяющее легко выбирать нужное туристское предложение с получением скидок в сети торгово-сервисных, транспортных, экскурсионных и др. предприятий, оказывающих услуги туристам.

В процессе развития проекта предполагается добиться следующих результатов:

- выделить факторы, создающие условия, в которых становится невозможным применение европейских требований к стандарту качества «туристическая карта гостя» на курортах Российской Федерации, связанные с несоответствием параметров цена/окупаемость, а также отсутствие единого информационного пространства в рамках курорта;

- подтвердить целесообразность создания инновационной модели электронной модели «Единая карта туриста», в основе которой лежит безвозмездное пользование электронной системой и отказ от физических носителей дисконтной программы;

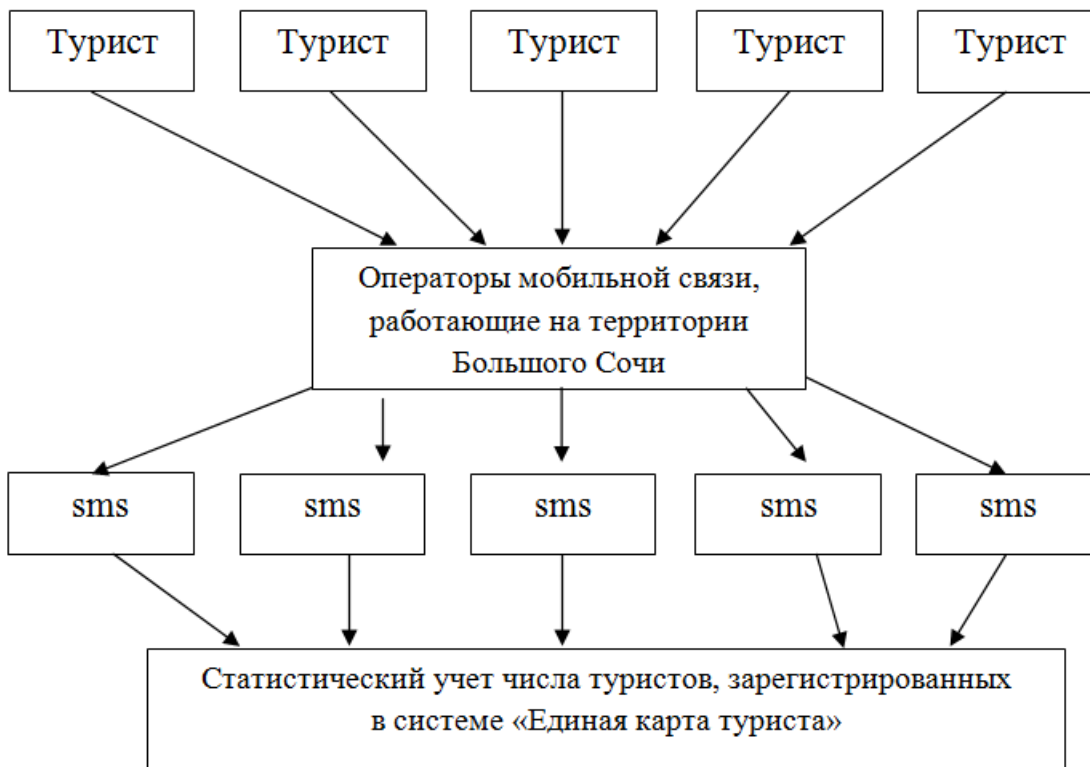


Рис. 4. Осуществление туристской технологической платформой (IT-системой) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)» учетно-статистических функций

- разработать методические основы построения модели электронной системы «Единая карта туриста», включающей в себя все разделы, требуемые для создания полноценной туристской технологической платформы и мобильного приложения, обеспечивающего мгновенный доступ из любой точки дестинации ко всем функциям сайта с последующим распространением опыта на другие курортно-туристские территории;

- апробировать алгоритм поэтапного вхождения пользователя в электронную систему, состоящий из трех последовательных шагов: введение в регистрационное поле номера телефона или адреса электронной почты; sms-верификация; авторизация, после чего пользователю открывается весь функционал веб-сайта и мобильного приложения, что также позволяет осуществлять учетно-статистические функции;

- оценить работоспособность и эффективность системы промокод/кэшбэк с использованием в качестве источника дохода роялти получаемых от продавца с каждой покупки, осуществленной пользователями электронной системы «Единая карта туриста»;

- осуществить прогноз предполагаемых конечных результатов внедрения электронной системы «Единая карта туриста» с расчетом издержек, связанных с практическим внедрением экспериментальной модели электронной системы «Единая карта туриста» в условиях города-курорта Сочи.

5. Заключение

Таким образом, создание туристской технологической платформы (IT-системы) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)» – один из важнейших шагов на пути к информатизации города-курорта Сочи. Благодаря внедрению данной системы удастся решить целый ряд социально-значимых задач. В их числе:

- формирование работоспособного и достоверного инструмента, выполняющего функции статистического учета туристского потока в дестинацию;

- унификация подходов к стандартизации туристского продукта;

- повышение качества сервиса путем повышения уровня информированности туристов об услугах, достопримечательностях и событийном календаре города-курорта;

- привлечение дополнительных туристских потоков путем развития на территории Сочи событийного и MICE – туризма.

Как следствие, это приведет к повышению конкурентоспособности сочинского территориального турпродукта не только на внутреннем, но и на международном туристском рынке. Вместе с тем, разработка и внедрение экспериментальной модели электронной системы «Единая карта туриста» – сложный, многоуровневый процесс, включающий в себя 4 основных этапа, каждый из которых планируется реализовывать с учетом интересов будущих клиентов и партнеров системы. Последовательная реализация проекта потребует привлечения специалистов различных сфер: разработчиков веб-сайтов и мобильных приложений, дизайнеров, IT-специалистов, маркетологов, менеджеров по продажам, юристов, аудиторов, онлайн-консультантов. Кроме того, для полноценного функционирования системы необходима покупка оборудования и аренда офиса. Все это подразумевает определенные издержки, оцениваемые нами на первоначальном этапе в один миллион пятьдесят семь тысяч рублей. Поэтому оптимальным путем практического внедрения электронной системы «Единая карта туриста» представляется привлечение стратегического инвестора, заинтересованного не только в получении прибыли в среднесрочной перспективе, но и в решении проблем развития туристской сферы сочинской дестинации.

Литература

1. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 года». [Электронный ресурс]. URL: <https://min.kurortkuban.ru/strategy/>
2. Бардин А. Сколько стоит разработка сайта и из чего складывается эта цена [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/16058-site-price>
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Санкт-Петербург: «Издательский Дом ГЕРДА», НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. 544 с.
4. Землянская Н. Петербург в кармане: путеводитель. СПб.: Welcome, 2017. 239 с.
5. Котлер Ф. и др. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для ВУЗов. М.: Юнити-Дана. 2007. С. 311.
6. Кривов М.С., Ермаков Б.А. Перспективы создания и внедрения электронной системы «Единая карта туриста» на курорте Сочи / «Молодежь – науке – VIII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса»: материалы II Всероссийской науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, г. Сочи, 26-28.04.2017 г., Сочи: РИЦ ФГБОУ «СГУ», 2016, Том 1, С. 68-70.
7. Кривов М.С., Ермаков Б.А. Концепция формирования туристской технологической платформы (IT-системы) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)» на курорте Сочи // Сборник: «Актуальные проблемы образовательного туризма: Материалы всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, г. Сочи, 16-19 октября 2017 г.» [Электронное издание]. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2017. С. 362-369.
8. Морозов М.А. и др. Экономика туризма: Учебное пособие. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.
9. Бенчмаркинг [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grandars.ru/student/marketing/benchmarking.html>
10. Как это работает? Официальный сайт London Pass. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.londonpass.com/how-it-works/what-you-get-with-the-london-pass.html>
11. Карта Гостя или как путешествовать по Европе дешево. [Электронный ресурс]. URL: <http://moymir2.ru/karta-gostya-puteshestvovat-evropa-deshevo/>
12. Карта Гостя Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. URL: <https://petersburgcard.com/>
13. Карта гостя Москвы. [Электронный ресурс]. URL: <https://russiacitypass.com/moscow>
14. Карта туриста: какой будет судьба популярного туристского продукта. [Электронный ресурс]. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/46711>
15. Контент-менеджмент – 80 % успеха сайта. [Электронный ресурс]. URL: <http://marketing.ru.com/kontent-menedzhment/>
16. Лучшие Туристические Города России 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://turstat.com/besttravelcityrussia2018>
17. Мобильная реклама и мобильный маркетинг. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/mobile.htm>
18. Мобильный маркетинг: плюсы, минусы и примеры реализации. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1854-mobilnyy-marketing>

19. Подробно о схеме Cashback: за и против. [Электронный ресурс]. URL: <https://easyfinance.ru/my/wikiwrapper/podrobno-o-sxeme-cashback-za-i-protiv>
20. Путешествуем по Европе дешево, или зачем нужна карта туриста. [Электронный ресурс]. URL: <https://lifehacker.ru/2015/01/29/karta-turista/> (дата обращения: 28.05.2018).
21. Что такое QR-код и как им пользоваться. [Электронный ресурс]. URL: <https://help.mob.org.ru/post/87/>
22. Что такое верификация по sms и зачем она нужна? [Электронный ресурс]. URL: <https://wd-x.ru/chto-takoe-verifikaciya-po-sms-i-zachem-ona-nuzhna/>
23. Что такое Карта гостя Крыма и Севастополя? [Электронный ресурс]. URL: <http://crimeapass.com/how-it-work/>
24. SMS-маркетинг. [Электронный ресурс]. URL: <https://livesurf.ru/sms-marketing/>

References

1. Kontsepsiya razvitiya sanatorno-kurortnogo i turistskogo kompleksa Krasnodarskogo kraja do 2030 goda». [Elektronnyi resurs]. URL: <https://min.kurortkuban.ru/strategy/>
2. Bardin A. Skol'ko stoit razrabotka saita i iz chego skladyvaetsya eta tsena [Elektronnyi resurs]. URL: <https://vc.ru/16058-site-price>
3. Birzhakov M.B. Vvedenie v turizm. Sankt-Peterburg: «Izdatel'skii Dom GERDA», NP «Izdatel'stvo «Nevskii Fond», 2014. 544 p.
4. Zemlyanskaya N. Peterburg v karmane: putevoditel'. SPb.: Welcome, 2017. 239 p.
5. Kotler F. i dr. Marketing. Gostepriimstvo. Turizm: Uchebnik dlya VUZov. M.: Yuniti-Dana. 2007. P. 311.
6. Krivov M.S., Ermakov B.A. Perspektivy sozdaniya i vnedreniya elektronnoi sistemy «Edinaya karta turista» na kurorte Sochi / «Molodezh' – nauke – VIII. Aktual'nye problemy turizma, sporta i biznesa»: materialy II Vserossiiskoi nauch.–prakt. konf. studentov, aspirantov i molodykh uchenykh, g. Sochi, 26-28.04.2017 g., Sochi: RITs FGBOU «SGU», 2016, Tom 1, pp. 68-70.
7. Krivov M.S., Ermakov B.A. Kontsepsiya formirovaniya turistskoi tekhnologicheskoi platformy (IT-sistemy) «Edinaya karta turista (ekkaunt turista)» na kurorte Sochi // Sbornik: «Aktual'nye problemy obrazovatel'nogo turizma: Materialy vseros. nauch.–prakt. konf. studentov, aspirantov i molodykh uchenykh, g. Sochi, 16-19 oktyabrya 2017 g.» [Elektronnoe izdanie]. Sochi: RITs FGBOU VO «SGU», 2017. pp. 362-369.
8. Morozov M.A. i dr. Ekonomika turizma: Uchebnoe posobie. Moskva: Federal'noe agentstvo po turizmu, 2014. 320 p.
9. Benchmarking [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.grandars.ru/student/marketing/benchmarking.html>
10. Kak eto rabotaet? Ofitsial'nyi sait London Pass. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.londonpass.com/how-it-works/what-you-get-with-the-london-pass.html>
11. Karta Gostya ili kak puteshestvovat' po Evrope deshevo. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://moymir2.ru/karta-gostya-puteshestvovat-evropa-deshevo/>
12. Karta Gostya Sankt-Peterburga. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://petersburgcard.com/>
13. Karta gostya Moskvyy. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://russiacitypass.com/moscow>
14. Karta turista: kakoi budet sud'ba populyarnogo turistskogo produkta. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/46711>
15. Kontent-menedzhment – 80 % uspekha saita. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://marketing.ru.com/kontent-menedzhment/>
16. Luchshie Turisticheskie Goroda Rossii 2018. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://turstat.com/besttravelcityrussia2018>
17. Mobil'naya reklama i mobil'nyi marketing. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/mobile.htm>
18. Mobil'nyi marketing: plyusy, minusy i primery realizatsii. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1854-mobilnyy-marketing>
19. Подробно о skheme Cashback: za i protiv. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://easyfinance.ru/my/wikiwrapper/podrobno-o-sxeme-cashback-za-i-protiv>
20. Puteshestvuem po Evrope deshevo, ili zachem nuzhna karta turista. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://lifehacker.ru/2015/01/29/karta-turista/> (data obrashcheniya: 28.05.2018).
21. Chto takoe QR-kod i kak im pol'zovat'sya. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://help.mob.org.ru/post/87/>

22. Chto takoe verifikatsiya po sms i zachem ona nuzhna? [Elektronnyi resurs]. URL: <https://wd-x.ru/chto-takoe-verifikatsiya-po-sms-i-zachem-ona-nuzhna/>
23. Chto takoe Karta gostya Kryma i Sevastopolya? [Elektronnyi resurs]. URL: <http://crimeapass.com/how-it-work/>
24. SMS-marketing. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://livesurf.ru/sms-marketing/>

УДК 338.48

Туристская технологическая платформа (IT-система) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)»: концепция формирования и развития на территории курорта Сочи

Максим Сергеевич Кривов ^a, Борис Анатольевич Ермаков ^{b, *}

^a ООО «Страна-Реинфо», Российская Федерация

^b Сочинский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье представлена концепция формирования и развития туристской технологической платформы (IT-системы) «Единая карта туриста (экзаунт туриста)» на территории курорта Сочи. В разработке концепции использован методический подход, основанный на функциональном бенчмаркинге⁴ международного и российского опыта применения различных модификаций «туристических карт гостя», а также возможности использования в модели популярных систем «промокод» и «кэшбэк». Описываемая модель в отличие от аналогов позволяет не только предоставлять скидки туристам на широкий спектр товаров и услуг в местах путешествий и отдыха, но и решать актуальные проблемы статистического учета турпотока. Главным отличием предлагаемой системы от существующих аналогов является отсутствие физических носителей дисконтной программы (например, пластиковых карт) и безвозмездное присоединение к системе. Также в рамках модели предоставляется возможность обеспечения доступа к контенту с удобной и понятной системой поиска объектов показа и экскурсионных маршрутов. Важнейшим ожидаемым результатом реализации модели электронной системы «Единая карта туриста» является формирование работоспособного инструмента, выполняющего функции статистического учета туристского потока на территории сочинской дестинации и повышения ее конкурентоспособности. Более детальная проработка аспектов характеризующих развитие данного проекта возможна в рамках отдельных исследований, проводимых с учетом специфики тех или иных туристских территорий.

Ключевые слова: туристская технологическая платформа, «Единая карта туриста (экзаунт туриста)», «туристическая карта гостя», статистический учет турпотока, кэшбэк, промокод, скидки.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: borisermakovsochi@gmail.com (Б.А. Ермаков), maskrivov@mail.ru (М.С. Кривов)

⁴ – функциональный бенчмаркинг — это сравнение параметров работы отдельных функций (например, операций, процессов, приемов работ и т.п.) производителя (продавца) с аналогичными параметрами наиболее успешных предприятий (продавцов), работающих в похожих условиях [9].