

Copyright © 2019 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2019, 13(4): 538-546

www.vestnik.sutr.ru



UDC 338.48

Travel Market Participants' Roles Transformation and Modern Trends of Tourism Education

Nadezhda K. Serdyukova ^{a, *}, Dmitriy A. Serdyukov ^a

^a Sochi State University, Russian Federation

Abstract

The article presents the analysis of the modern tourism market, current trends of the travel industry and consumer behavior in the tourist market based on statistics from the World Tourism Organization UNWTO for 2018. The hypothesis of the study is that the digitalization of the tourism market leads to a transformation of the roles of its participants, which requires new approaches to tourism policy, including tourism education. The article presents the results of a consumer survey conducted by the authors in 2019, as well as expert opinions of travel market participants and an overview of practical cases. The conclusion is drawn about the discussion regarding the competitiveness of the tourism business in the era of digital technologies and the rapid development of IT platforms – aggregators for self-booking. The results of a survey conducted by the authors of the study show the importance of the expert component of the tourism business, ownership of digital technologies while maintaining the high importance of the communication skills. The authors conclude that it is necessary to change the names of technological disciplines when developing curricula for bachelors and masters of tourism, which will reflect the ongoing processes of travel market participants' roles transformation.

Keywords: travel market, tour operator, travel agency, tourist product, tourist product customer, tourism education.

1. Введение

Мировой туризм показывает динамичное развитие в последние три года, а в 2018 году Всемирная туристская организация UNWTO зафиксировала самый высокий темп годового прироста международных туристских прибытий за последние пять лет в размере 5 % с показателем 1,401 млрд. международных туристов (UNWTO, 2019). Одновременно с активным развитием международных туристских рынков и ростом турпотоков наблюдаются тенденции серьезного изменения модели потребительского поведения, структуры расходов на туристские поездки и технологий организации путешествий. Огромное значение на эти процессы оказывает глобальная цифровизация бизнеса и всей жизни общества.

2. Материалы и методы

Настоящее исследование базируется на анализе актуальной туристской статистики, научных трудов, изучения отечественных и зарубежных практик организации туристского бизнеса в условиях цифровой экономики, материалов конференций по digital в туризме, а также на результатах опроса потребителей и экспертов, проведенного авторами в сентябре 2019 года.

* Corresponding author

E-mail addresses: nserdyukova@sutr.ru (N.K. Serdyukova), serdyukov@sutr.ru (D.A. Serdyukov)

3. Обсуждение

Гипотезой настоящего исследования является происходящая трансформация ролей участников туристского рынка в условиях цифровизации бизнеса и общества, которая требует новых подходов к государственной политике в сфере развития туризма и неизбежно влечет за собой изменение в требованиях к подготовке специалистов для сферы туризма. Это касается, в том числе, изменения терминологии, а также содержания профессиональных туристских дисциплин.

Вопросы развития въездного туризма в России и его влияния на экономику страны и региона, в том числе в условиях перехода к цифровой экономике, рассматриваются в работах таких авторов, как Г.М. Романова, Г.А. Карпова, А.М. Ветитнев, Е.В. Помелова, В.Ю. Венгерова, А.Н. Михайлин, К.К. Левченко и др. Вопросы развития въездного туризма в зарубежных странах и влияния въездного туризма на национальную экономику исследуются в научных трудах таких авторов, как Т. Догру, У. Булут, Г. Алерт, М. Сали, Ж.-Ж. Новак, Дж.К. Хендерсон, Р. Лоу, Б. Э. Кинг, Т. Гарин-Муньос, М. Е. Йоргенсен и др. (Помелова, 2012; Догру и др., 2018; Sahli et al., 2007; Ahlert, 2008; Карпова и др., 2017; Ветитнев и др., 2015).

Вопросы развития цифровой экономики, цифровизации туризма и трансформации туристского бизнеса под влиянием цифровизации изучены в работах Г.Н. Андреевой, С.Ю. Арчаковой, А.О. Бианкиной, А.М. Ветитнева, О.В. Дудкиной, Г.А. Карповой, В.Я. Паршина, Г.М. Романовой, М.А. Морозова, Н.С. Морозовой, С.Д. Сердюкова, Л.М. Романовой, Т.В. Темяковой, Е.О. Ушаковой, Т.В. Черевичко, Г. Абрата, С.Е. Беннетт, К. Бруно, С. Бэхмани, Ч. Ватанабе, Дж. Ким, Дж. Куиггин, Х. Ли, Дж. Либено, Дж. Фракелли, Ф. Эрбетта, и др. (Арчакова, 2019; Ветитнев и др., 2015; Морозов, Морозова, 2018; Паршин, Паршина, 2019; Сердюков и др., 2018; Черевичко, Темякова, 2019; Abrate et al., 2019)

Среди важнейших глобальных факторов, способствовавших росту международного туризма в 2018 году, эксперты UNWTO выделили благоприятную экономическую среду, высокий спрос на авиаперевозки, цифровизацию путешествий и упрощение визовых формальностей (см. Таблицу 1).

Еще один важный глобальный кейс 2019 года, который продемонстрировал влияние современных трендов на организацию туристского бизнеса – это банкротство старейшего и крупнейшего игрока мирового туризма компании Thomas Cook Group, о котором было объявлено в сентябре 2019 года.

Таблица 1. Факторы роста мирового туризма в 2018 году (UNWTO, 2019)

Факторы роста	Характеристики и показатели
Благоприятная экономическая среда	– рост мирового ВВП на 3,6 %; – умеренные колебания обменных курсов валют; – низкие процентные ставки.
Высокий спрос на авиаперевозки	– по данным IATA, международные авиаперевозки выросли на 6 % (в выручке на пассажира-километр, RPKs); – стабильные цены на топливо и снижение тарифов на авиаперевозки, тарифы ниже на 60 %, чем в 1998 году; – за последние два десятилетия количество уникальных пар городов, связанных прямыми авиарейсами, увеличилось более чем в два раза, достигнув более 20 000, при меньших затратах.
Цифровые технологии формируют опыт путешественника	– искусственный интеллект превращает туристские компании из виртуальных помощников в компании, способные предлагать персонализированные впечатления клиентов; – возможности улучшать представление турпродукта для клиентов; – все большее число направлений измеряет туризм в режиме реального времени для лучшего управления потоками посетителей.

Ускорение процесса упрощения визовых формальностей	– количество электронных виз и виз по прибытию растет с одновременным сокращением числа традиционных виз; – доля населения мира, нуждающегося в традиционной визе, сократилась с 75 % в 1980 году до 53 % в 2018 году.
--	---

Источник: составлено авторами по материалам

Данное событие, анализ его причин и последствий позволяет сделать следующие выводы:

– модель традиционного туроперейтинга с визитами в фирменные турагентства утрачивает актуальность, становится экономически неэффективной; туроператорам, которые не делали ставку на цифровизацию технологических процессов, очень сложно конкурировать с агрегаторами в цифровом пространстве;

– резкое падение маржинальности туроперейтинга в массовом туризме обуславливает необходимость диверсификации бизнеса для повышения его устойчивости и серьезно повышает риски при привлечении кредитных ресурсов и инвестиций для развития или поддержания бизнеса;

– именно массовый туроперейтинг обеспечивает планомерную круглогодичную загрузку многих популярных направлений;

– массовый туроперейтинг выполняет значимую социальную функцию, выражающуюся в доступности массового туризма для всех слоев населения, включая оффлайновую аудиторию 60+, которая с учетом старения населения Европы в ближайшие 10-15 лет будет являться серьезным потребительским сегментом индустрии путешествий;

– массовый туроперейтинг требует определенной поддержки со стороны государств и правительств как в странах происхождения туристов, так и в принимающих направлениях, заинтересованных в стабильности турпотоков, не случайно в новой Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года одной из задач развития туризма определяется повышение доступности туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и внешнем рынках ([Стратегия..., 2019](#)), что невозможно без развития массового туроперейтинга.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, в среднем лишь 45 процентов жителей страны в последние 5 лет отдыхали в регионе, отличном от региона проживания. Это свидетельствует о необходимости дальнейшего повышения доступности туристских продуктов для жителей страны и стимулирования мотивации к совершению путешествий ([Стратегия..., 2019](#)). Впервые на государственном уровне в тексте официального документа доступность внутреннего туризма для граждан заявлена как задача развития туризма, условиями реализации которой являются повышение доходов населения и создание механизма государственной поддержки путешествий россиян внутри страны.

Таким образом, российское государство для реализации заявленных в Стратегии целей и задач заинтересовано в сохранении массового туроперейтинга как одного из условий формирования доступного турпродукта на рынке внутреннего и въездного туризма и на выездных направлениях. Поэтому при формировании государственной туристской политики, в том числе и в сфере подготовки кадров для туризма, необходимо учитывать современные тренды развития туризма, который трансформируют туристский рынок, изменяют требования к его участникам и продуктам, которые пользуются спросом у современного потребителя.

Наибольшее значение для процессов трансформации ролей участников туристского рынка имеют процессы цифровизации, изменение модели поведения путешественника как при подготовке, так и при совершении туристской поездки, которые отмечены в докладе UNWTO как влияние цифровых технологий на формирование опыта путешественников. Изменяются потребности, которые удовлетворяют клиенты, обращаясь к туроператорам и турагентам. Теперь им уже не нужно просто предоставить информацию о направлении и продукте, а необходимо предложить персонализированный турпродукт, сконструированный экспертом туризма ([Куликова, Сердюкова, 2016](#)). Усиливается экспертная составляющая профессиональной деятельности на туристском рынке. Искусственный интеллект и агрегатор гораздо быстрее и качественней выдаст длинную

подборку туров по запросу клиента. А вот выбрать из них подходящий поможет только эксперт в области путешествий. Не случайно турагентства Европы и США перешли от комиссий за бронирование турпродукта и услуг к получению дохода от оказания консультационных услуг по организации путешествий. Так, «сервисный пакет» по подбору круизного продукта и организации поездки, в среднем, обходится клиентам турагентства в США в 250 долларов на поездку ([Profi.Travel, 2018](#)).

Анализ деятельности туристских компаний и статистики путешествий в 2018 году, позволяет выделить следующие тренды потребительского поведения на туристском рынке ([UNWTO, 2019](#)):

- «Путешествовать, чтобы меняться»: жить как местный житель, стремиться к подлинности и трансформации.
- «Путешествовать, чтобы показать»: «Инстаграмные» моменты, опыт, дестинации.
- Стремление к здоровому образу жизни: спрос на пешеходный, оздоровительный и спортивный туризм.
- Рост доступной среды.
- Индивидуальные путешествия и путешествия с родственниками в результате старения населения и роста числа одиноких людей.
- Повышение осведомленности об устойчивости тренда «нулевого пластика» и изменения климата.

Опрос, проведенный авторами в августе-сентябре 2019 года показал, что 56,4 % опрошенных бронируют услуги для путешествий самостоятельно онлайн, 20,5 % идут в турагентство, а 15,4 % бронируют пакетные туры на сайте туроператора (см. [Рисунок 1](#)).



Рис. 1. Способ приобретения услуг для путешествия по результатам опроса потребителей, в % к числу опрошенных.

Источник: составлено авторами

Среди продуктов и услуг, которые опрошенные предпочитают приобретать в турагентствах, лидируют пакетные туры (69, 2% опрошенных) и оформление визы (20,5 %).

Респонденты, участвовавшие в опросе, по частоте путешествий распределились следующим образом: 53,8 % опрошенных путешествуют чаще одного раза в год, 35,9 % – один раз в году и 10,3 % – менее одного раза в год.

Результаты нашего опроса подтверждают мнение экспертов о том, что сегодня очень модно противопоставлять самостоятельный туризм туроператорскому, или пакетному.

Анализ технологий и практических кейсов показывает, что те, кто самостоятельно выбирают и бронируют услуги также занимаются пакетированием, только гораздо менее профессионально. Инструменты, которые помогают туристам самостоятельно покупать услуги, в последнее время бурно развиваются. Но эксперты отмечают: то, к чему движутся современные ИТ-платформы – это индивидуализированный пакетный туризм. На туристическом рынке будущего коммерческого успеха добьются компании, которые

построить современный бизнес на стыке технологий и компетенций. Главная дискуссия в отрасли сегодня существует именно вокруг этой задачи: турбизнес владеет контентом — глубокими знаниями о продукте и о клиентах, а платформы — технологиями, при этом мало знают о клиентах, и подчас ничего — о продукте (Демура, 2019).

Хорошие перспективы туристского бизнеса при активном внедрении цифровых технологий коммуникации с клиентом и продажи подтверждает кейс покупки 555 турагентств обанкротившегося туроператора Thomas Cook, которые были в октябре 2019 года приобретены за 6 млн. фунтов стерлингов компанией Hays Travel и после технической модернизации в течение месяца показали рост продаж. Причем вложения в обновление офисов были минимальными: новые владельцы сменили вывески и установили новые 4G-роутеры.

Также наш опрос показал, что среди туров, которые респонденты скорее всего закажут с помощью турагентства, наибольший процент голосов набрали 1) пляжный отдых в теплых странах (41 %), 2) круиз (38 %) и 3) экскурсионный тур по Европе (38 %). Наименьшее число респондентов готово обратиться в агентства за покупкой путевки в российский санаторий (8 %), туром на летний отдых в Краснодарский край (5,6 %) или на горнолыжный отдых на Красной Поляне (4,2 %).

Среди ответов на вопрос о ключевых компетенциях и умениях работника туристской компании, наиболее важными, по мнению клиентов, являются экспертные компетенции — 74, 4 % опрошенных отметили их важность (см. Рисунок 2), что подтверждается и мнениями экспертов (Куликова, Сердюкова, 2016; Сердюков и др., 2018; Демура, 2019)



Рис. 2. Важные компетенции менеджера турагентства глазами современного потребителя, в % к числу опрошенных

Источник: составлено авторами

23,1 % респондентов посчитали важным навыком владение цифровыми технологиями, а больше половины (53,8 %) — знание систем бронирования, что показывает высокую степень проникновения цифровых технологий в сознание и модель поведения потребителей на туристском рынке (Рисунок 2), при сохранении наибольшей важности для клиента умения менеджера общаться с клиентом лично (76,9 % участников опроса).

4. Заключение

Таким образом, данные нашего исследования показали, что происходящая в современных условиях трансформация ролей участников туристского рынка приводит к превращению традиционных туроператоров в архитекторов путешествий, в предложении которых наряду с пакетными турами присутствует персонифицированный индивидуальный турпродукт, в конструировании которого может принять участие потребитель, используя цифровой инструментарий в системе бронирования туроператора. А турагенты превращаются в консультантов по организации путешествий, которые продают клиенту

собственные экспертные компетенции в виде «сервисного пакета» по подбору, бронированию и организации путешествия.

Поэтому при разработке новых программ подготовки бакалавров и магистров сферы туризма целесообразно использовать названия технологических дисциплин, отвечающие реалиям современного туристского рынка, например, «Проектирование и организация туристских путешествий», «Технология проектирования туристских услуг в цифровой экономике», «Цифровые сервисные технологии в туристской деятельности», «Проектирование развития туризма в экономике впечатлений», «Основы предпринимательства в туризме в условиях цифровой экономики», «Цифровые технологии продаж в туризме».

При разработке учебных планов необходимо особое внимание уделить дисциплинам, развивающим следующие навыки и компетенции:

- межличностная коммуникация, навыки устного и письменного общения, структурирование информации;
- владение цифровыми технологиями, знание систем бронирования, навыки проектирования туристских путешествий с применением цифровых технологий;
- знание нормативно-правового обеспечения туристской деятельности и основ предпринимательства в туризме в цифровой экономике;
- навыки организации электронной коммерции туристского предприятия;
- знание дестинаций и туристского рынка.

У будущего профессионала туризма в процессе обучения необходимо формировать нацеленность и мотивацию на приобретение экспертного опыта и глубоких знаний туристского рынка как главной ценности в современной индустрии путешествий с одновременным владением цифровыми технологиями как базовым инструментарием профессиональной деятельности и предпринимательства в сфере туризма.

Литература

Арчакова, 2019 – Арчакова С.Ю. Управление инновационной средой в условиях цифровой экономики: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Воронеж, 2019 (на правах рукописи). Национальная электронная библиотека. [Электронный ресурс]. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_008701600/viewer/

Ветитнев и др., 2015 – Ветитнев А.М., Романова Г.М., Сердюкова Н.К., Сердюков Д.А. Изучение интернет-продвижения услуг культурно-познавательного туризма Юга России // *Российское предпринимательство*, 2015. Vol. 16, № 17, pp. 2899-2914. DOI: 10.18334/rp.16.17.1854

Демура, 2019 – Демура Т.А. Лукавство тренда: критики пакетного туризма на самом деле хотят того же. РБК. [Электронный ресурс]. URL: https://pro.rbc.ru/news/5db703449a794773fc7810bd?fbclid=IwAR2K7-r9xEh2WqlcI_qsHXrFWD2gV_HNTtOw5ReWRByILNBt1CoMoyeXX2c (дата обращения: 05.11.2019).

Догру и др., 2018 – Tarik Dogru, Umit Bulut. Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence // *Tourism Management*, Vol. 67, August 2018, pp. 425-434. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.014>

Карпова и др., 2017 – Карпова Г.А., Песоцкая Е.В., Ткачев В.А. Tourist Information Centers and Their Role in Enhancing the Competitiveness of Tourism Clusters // *Сервис plus*. 2017. Т. 11. № 3. С. 11-20.

Куликова, Сердюкова, 2016 – Куликова А.В., Сердюкова Н.К. Исследование развития информационных сервисов для туристов (статья) / *Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента: материалы VIII междунар. студенческой науч.-практ. конф., г. Сочи, 17-20 мая 2016 г.* В 2 т. Т. 1 / отв. ред. Г.М. Романова. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016. С. 129-133.

Морозов, Морозова, 2018 – Морозов М.А., Морозова Н.С. Новая парадигма развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики // *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество*. 2018. № 1. С. 135-141. [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-rosnou.ru/human-and-society/2018/1/135> (дата обращения 15.09.2019).

Паршин, Паршина, 2019 – Паршин В.Я., Паршина М.В. Цифровые технологии как инструмент, влияющий на потребительский выбор в сфере туризма // *Образование и наука в России и за рубежом*. 2019. № 2 (50). С. 495-500.

Помелова, 2012 – Помелова Е.В. Методология расчета косвенного влияния туризма на экономику региона на основе теории мультипликатора // *Вестник Национальной академии туризма*. 2012. № 2 (22). С. 33-35. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_17791972_40731179.pdf

Сердюков и др., 2018 – Сердюков С.Д., Сердюкова Н.К., Романова Л.М. Система продвижения туристской дестинации как составляющая информационного обеспечения в туризме // *Вестник Евразийской науки*, 2018. №2. [Электронный ресурс]. URL: <https://esj.today/PDF/o8ECVN218.pdf> (дата обращения: 15.09.2019).

Стратегия..., 2019 – Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 г. № 2129-р // Правительство России. [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 05.10.2019).

Ушакова, 2018 – Ушакова Е.О. Использование потенциала цифровой экономики в туризме / В сборнике: *Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях*. Под общей редакцией Т.А. Куттубаевой, А.В. Глотко. 2018. С. 162-165. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36444190_49726235.pdf

Черевичко, Темякова, 2019 – Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право*. 2019. Т. 19. № 1. С. 59-64. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37178636_47861306.pdf

Abrate et al., 2019 – Graziano Abrate, Clementina Bruno, Fabrizio Erbetta, Giovanni Fraquelli. Which Future for Traditional Travel Agencies? A Dynamic Capabilities Approach // *Journal of Travel Research*, First Published 22 Aug 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287519870250>

Ahlert, 2008 – Gerd Ahlert. Estimating the Economic Impact of an Increase in Inbound Tourism on the German Economy Using TSA Results // *Journal of Travel Research*, Vol. 47, 2, November 1, 2008 pp. 225-234. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287508321197>

Profi.Travel, 2019 – Платные консультации в турагентствах: как это работает в США // Профессиональный портал Profi Travel [Электронный ресурс]. URL: <https://profi.travel/articles/38902/details> (дата обращения: 05.10.2019).

Sahli, 2007 – Mondher Sahli, Jean-Jacques Nowak (2007). Does Inbound Tourism Benefit Developing Countries? A Trade Theoretic Approach // *Journal of Travel Research*, Vol. 45, 4, pp. 426-434. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287506295948>

UNWTO, 2019 – International Tourism Highlights 2019 Edition [Electronic resource]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152?download=true> (date of access: 05.10.2019).

References

Abrate et al., 2019 – Graziano Abrate, Clementina Bruno, Fabrizio Erbetta, Giovanni Fraquelli (2019). Which Future for Traditional Travel Agencies? A Dynamic Capabilities Approach. *Journal of Travel Research*. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287519870250>

Ahlert, 2008 – Gerd Ahlert (2008). Estimating the Economic Impact of an Increase in Inbound Tourism on the German Economy Using TSA Results. *Journal of Travel Research*, Vol. 47, 2, November 1, pp. 225-234. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287508321197>

Archakova, 2019 – Archakova S.Yu. (2019). Upravlenie innovatsionnoi sredoi v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki [Management of the innovation environment in the digital economy]: Avtoreferat dissertatsii na soiskanie uchenoi stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk. Voronezh, 2019 (na pravakh rukopisi). Natsional'naya elektronnyaya biblioteka. [Elektronnyi resurs]. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_0087_01600/viewer/ [in Russian]

Cherevichko, Temyakova, 2019 – Cherevichko T.V., Temyakova T.V. (2019). Tsifrovizatsiya turizma: formy proyavleniya [Digitalization of tourism: forms of manifestation]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo*. T. 19. № 1.

Pp. 59-64. [Elektronnyi resurs]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37178636_47861306.pdf [in Russian]

Demura, 2019 – Demura T.A. (2019). Lukavstvo trenda: kritiki paketnogo turizma na samom dele khotyat togo zhe [Slyness of the trend: package tourism critics really want the same]. RBK. [Elektronnyi resurs]. URL: https://pro.rbc.ru/news/5db703449a794773fc7810bd?fbclid=IwAR2K7-r9xEh2Wqlcl_qsHXrFWD2gV_HNTtOw5ReWRByILNBt1CoMoyeX X2c (data obrashcheniya: 05.11.2019). [in Russian]

Dogru i dr., 2018 – Tarik Dogru, Umit Bulut (2018). Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence. *Tourism Management*, Vol. 67, August 2018, pp. 425-434. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.014> [in Russian]

Karpova i dr., 2017 – Karpova G.A., Pesotskaya E.V., Tkachev V.A. (2017). Tourist Information Centers and Their Role in Enhancing the Competitiveness of Tourism Clusters. *Servis plus*. T. 11. № 3, pp. 11-20. [in Russian]

Kulikova, Serdyukova, 2016 – Kulikova A.V., Serdyukova N.K. (2016). Issledovanie razvitiya informatsionnykh servisov dlya turistov (stat'ya) [Study of the development of tourist information services (article)]. *Studencheskie nauchnye issledovaniya v sfere turizma i sportivnogo menedzhmenta: materialy VIII mezhdunar. studencheskoi nauch.-prakt. konf.*, g. Sochi, 17-20 maya 2016 g. V 2 t. T. 1. Otv. red. G.M. Romanova. Sochi: RITs FGBOU VO «SGU», pp. 129-133. [in Russian]

Morozov, Morozova, 2018 – Morozov M.A., Morozova N.S. (2018). Novaya paradigma razvitiya turizma i industrii gostepriimstva v usloviyakh tsifrovoi ekonomiki [A new paradigm for the development of tourism and the hospitality industry in the digital economy]. *Vestnik Rossiiskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek i obshchestvo*. № 1, pp. 135-141. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://vestnik-rosnou.ru/human-and-society/2018/1/135> (data obrashcheniya 15.09.2019). [in Russian]

Parshin, Parshina, 2019 – Parshin V.Ya., Parshina M.V. (2019). Tsifrovye tekhnologii kak instrument, vliyayushchii na potrebitel'skii vybor v sfere turizma [Digital technologies as a tool affecting consumer choice in the field of tourism]. *Obrazovanie i nauka v Rossii i za rubezhom*. № 2 (50), pp. 495-500. [in Russian]

Pomelova, 2012 – Pomelova E.V. (2012). Metodologiya rascheta kosvennogo vliyaniya turizma na ekonomiku regiona na osnove teorii mul'tiplikatora [The methodology of calculating the indirect impact of tourism on the economy of the region based on the theory of the multiplier]. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma*. № 2 (22), pp. 33-35. [Elektronnyi resurs]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_17791972_40731179.pdf [in Russian]

Profi.Travel, 2019 – Platnye konsul'tatsii v turagentstvakh: kak eto rabotaet v SShA [Paid consultations in travel agencies: how it works in the USA]. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://profi.travel/articles/38902/details> (data obrashcheniya: 05.10.2019). [in Russian]

Sahli, 2007 – Mondher Sahli, Jean-Jacques Nowak (2007). Does Inbound Tourism Benefit Developing Countries? A Trade Theoretic Approach // *Journal of Travel Research*, Vol. 45, 4, pp. 426-434. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287506295948>

Serdyukov i dr., 2018 – Serdyukov S.D., Serdyukova N.K., Romanova L.M. (2018). Sistema prodvizheniya turistskoi destinatsii kak sostavlyayushchaya informatsionnogo obespecheniya v turizme [The system of promoting tourist destinations as a component of information support in tourism]. *Vestnik Evraziiskoi nauki*, №2. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://esj.today/PDF/o8ECVN218.pdf> (data obrashcheniya: 15.09.2019). [in Russian]

Strategiya..., 2019 – Strategiya razvitiya turizma v Rossiiskoi Federatsii na period do 2035 goda [Tourism development strategy in the Russian Federation for the period until 2035]. Utverzhdena Rasporyazheniem Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 20.09.2019 g. № 2129-r // Pravitel'stvo Rossii. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (data obrashcheniya: 05.10.2019). [in Russian]

UNWTO, 2019 – International Tourism Highlights 2019 Edition [Electronic resource]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152?download=true> (date of access: 05.10.2019).

Ushakova, 2018 – Ushakova E.O. (2018). Ispol'zovanie potentsiala tsifrovoi ekonomiki v turizme [Using the potential of the digital economy in tourism]. V sbornike: Upravlenie regionom: tendentsii, zakonomernosti, problemy Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem. V 2-kh chastyakh. Pod obshchei redaktsiei

Т.А. Кутубаевои, А.В. Глотко. Pp. 162-165. [Elektronnyi resurs]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36444190_49726235.pdf [in Russian]

Vetitnev i dr., 2015 – Vetitnev A.M., Romanova G.M., Serdyukova N.K., Serdyukov D.A. (2015). Izuchenie internet-prodvizheniya uslug kul'turno-poznavatel'nogo turizma Yuga Rossii [Studying the Internet promotion of cultural tourism services in the South of Russia]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo*, Vol. 16, № 17, pp. 2899-2914. DOI: 10.18334/rp.16.17.1854 [in Russian]

УДК 338.48

Трансформация ролей участников туристского рынка и современные тренды туристского образования

Надежда Константиновна Сердюкова ^{а, *}, Дмитрий Анатольевич Сердюков ^а

^а Сочинский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены данные анализа современного туристского рынка, современные тренды туристских путешествий и потребительского поведения на туристском рынке на основании статистики Всемирной туристской организации за 2018 год. Гипотеза исследования в том, что цифровизация туристского рынка приводит к трансформации ролей его участников, что требует новых подходов к туристской политике, в том числе к подготовке кадров для сферы туризма. В статье представлены результаты опроса потребителей, проведенного авторами в 2019 году, а также экспертные мнения участников туристского рынка и обзор практических кейсов. Делается вывод о существующей дискуссии относительно конкурентоспособности туристского бизнеса в эпоху цифровых технологий и бурного развития IT-платформ – агрегаторов для самостоятельного бронирования путешествий. Результаты опроса, проведенного авторами исследования показывают важность экспертной составляющей туристского бизнеса, владения цифровыми технологиями с сохранением высокой важности коммуникативных навыков профессионалов сферы туризма. Авторы делают вывод о необходимости изменения названий технологических дисциплин при разработке учебных планов для бакалавров и магистров сферы туризма, которые будут отражать происходящие процессы трансформации ролей участников туристского рынка, даны рекомендации по названию таких дисциплин.

Ключевые слова: туристский рынок, туроператор, турагент, туристский продукт, потребитель туристского продукта, туристское образование.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: nsurdyukova@sutr.ru (Н.К. Сердюкова), serdyukov@sutr.ru (Д.А. Сердюков)