

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

DOI: 10.15838/esc/2016.4.46.11

УДК 004.9, ББК 32.973.202

© Куан Сяоцянь, Ай Шучинь

Исследование развития «умного» туризма в провинции Цзянси в рамках концепции «Интернет+»



Куан Сяоцянь

Центр международного обмена и сотрудничества
Академия общественных наук провинции Цзянси



Ай Шучинь

Академия общественных наук провинции Цзянси

1. Проект и развитие «умного» туризма и концепции «Internet + Tourism»

Концепция «умного» туризма сформировалась на основе понятий «умная планета» и «умный город». В 2008 г. компания IBM внедрила бизнес-план в рамках инициативы «умная планета», и, хотя этот термин редко использовался внутри страны и за рубежом, распространение соответствующей информации в секторе

туризма уже началось. Информатизированное развитие китайской отрасли туризма достигло существенного прогресса, который в целом можно разделить на три этапа:

(1) Первый этап – профессиональный, включающий внедрение зарубежных компьютерных технологий в начале 1980-х годов и учреждение Государственного управления по делам туризма в 1990-х годах.

Для цитирования: Куан Сяоцянь. Исследование развития «умного» туризма в провинции Цзянси в рамках концепции «Интернет+» / Куан Сяоцянь, Ай Шучинь // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2016. – № 4. – С. 199-205. DOI: 10.15838/esc/2016.4.46.11

For citation: Kuang Xiaoyan, Ai Shuchin. Research on the development of smart tourism in Jiangxi Province under the background of the “Internet +”. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2016, no. 4, pp. 199-205. DOI: 10.15838/esc/2016.4.46.11

(2) Второй этап — начало осуществления проекта «Золотой туризм» (2001 г.), в рамках которого государство на всеобъемлющей основе поощряло распространение туристической информации; стали популяризироваться электронные методы управления и онлайн-коммерция, которые вскоре распространились на всю сферу туризма. Системы автоматизации делопроизводства, управления бизнесом и сети общего пользования изначально сформировали основу для развития информационной индустрии.

(3) Третий этап — период «умного» туризма, при котором всесторонняя максимизация экологических, культурных, общественных и экономических ценностей может поощряться в качестве достижения устойчивого развития сферы туризма с помощью таких информационных технологий, как интернет вещей, «облачные» вычисления, ГИС, виртуальная реальность и мобильный интернет. При этом необходимо осуществлять инновационную деятельность в применении этих технологий для удовлетворения требований туристического опыта, в сфере управления — для улучшения управленческой способности предприятия, в сфере обслуживания — для содействия трансформации управленческих функций.

Таким образом, концепция «умного» туризма является продолжением процесса информатизации сферы туризма и заключительным этапом развития информационных технологий. В ее основе лежит новое поколение информационных технологий («облачные» вычисления, создание сетей, мобильный интернет и технология «больших данных»), что позволяет уделить значительное внимание ориентации на людей, а также сделать акцент на их индивидуальных потребностях и опыте применения технологий.

В 2012 году Государственное управление по делам туризма выдвинуло инициативу по развитию национального «умного» бизнеса. Данная концепция была испытана в восемнадцати крупных городах, в частности в Пекине. Годом «умного» туризма был назван 2014-й. В сентябре 2015 года Государственное управление по делам туризма разработало проект Уведомления о проведении комплекса мероприятий по реализации программы «Интернет+Туризм» (далее — Уведомление). Уведомление подчеркивает, что туризм является обширной отраслью национальной экономики и важной движущей силой стимулирования экономического роста. Оно выдвигает на первый план разработку требований к мероприятиям по реализации программы «Интернет+Туризм», которые должны соответствовать основным принципам и целям данных требований. Планируется, что к 2020 году различные области сферы туристической индустрии в Китае достигнут комплексной интеграции с сетью Интернет как основной движущей силой и важной опорой их инновационного развития. В настоящее время инвестиции в онлайн-туризм составляют 15% всего объема прямых национальных инвестиций, в то время как на долю потребительских расходов на онлайн-туризм приходится 20% потребительских расходов на внутренний туризм.

«Умный» туризм — это модель объединенного развития туристической индустрии и инновационной технологии S&R, что является не только будущей тенденцией развития туристической индустрии, но и ключом к трансформации и модернизации современной сферы обслуживания. Новый этап мировой технологической революции, одной из движущих сил которой выступает Интернет, изменяет ход мирового экономического развития, человеческую жизнь и производство, что ведёт к новым изменениям

в развитии мировой туриндустрии. Глубокая интеграция процесса развития туриндустрии с Интернетом становится все более распространенной тенденцией современности.

По этой причине высокие результаты «умного» туризма могут быть достигнуты за счёт внедрения в туристическое потребление, управление производством и организацию управления и обслуживания концепции «Интернет+». Основываясь на модели «1+n» (например, пансионат, здравоохранение, жаркая весна, родители с детьми, ресторанное обслуживание, предоставление жилья, покупки, развлечения и т.д.), мы можем объединить в одно целое различные отраслевые элементы, активировав элементы естественной экологии, климатических условий, исторической культуры, промышленной продукции, потребительского цикла и инноваций с тем, чтобы сформировать комплексную отраслевую связь при взаимодействии трёх отраслей: первичной отрасли в основе, вторичной отрасли-опоры и третичной, узкоспециализированной.

В связи с этим туриндустрия продвигает и преобразует промышленное развитие, которое, в свою очередь, формирует новую экологию и новое будущее для промышленной интеграции.

2. Развитие и применение концепции «умного» туризма в провинции Цзянси

(1) Общие условия развития туриндустрии в провинции Цзянси

В последние годы туризм в провинции Цзянси стремительно развивается скачкообразными темпами (табл. 1 и 2). В 2010 году численность туристов достигла 100 млн. человек. В 2011 году общий доход от туризма превысил триллион юаней. В 2013 году насчитывалось уже 250 млн. туристов, что на 22% выше результата предыдущего года, а доход от туризма составил 18,9606 млрд. юаней, увеличившись на 36,18% соответственно. В 2014 году количество туристов составило 313 млн. человек – на 25,18% больше, чем в 2013 г., и общий доход от отрасли, достигший 26,497 млрд. юаней, был на 39,75% выше результата 2013 года.

Мероприятия по стимулированию бренда Beautiful Jiangxi Scenery, попавшие в десятку лучших классических рекламно-маркетинговых вариантов в 2011 году, получили награду за первое место по рекламе бренда в Китае, а также золотой приз в конкурсе Great Wall Awards of China Advertisement за лучшую рекламу. Туризм становится одной из ключевых отраслей провинции Цзянси, играющей важную роль в продвижении и стимулировании экономического и социального развития.

Таблица 1. Развитие туризма в провинции Цзянси

Год	Общий доход от отрасли, 100 млн. юаней	Доля отрасли в общем национальном доходе, %	Доля туризма в ВВП провинции, %	Доля третичной отрасли в ВВП провинции, %
2004	240,81	3,52	6,97	19,65
2005	320,02	4,16	7,89	22,67
2006	390,89	4,37	8,37	25,00
2007	463,67	4,23	8,43	26,44
2008	559,38	4,83	8,63	27,90
2009	675,61	5,20	8,83	25,62
2010	818,32	5,21	8,66	26,22
2011	1105,93	4,92	9,45	28,20
2012	1402,59	5,42	10,83	31,27
2013	1896,06	6,43	13,22	37,69
2014	2649,70	8,15	16,86	45,82

Таблица 2. Состояние туризма по регионам провинции Цзянси, 2014 г.

Регион	Число зарубежных туристов, 10000 чел.-раз	Доход от международного туризма, 10000 долл.	Число местных туристов, 10000 чел.-раз	Доход от внутреннего туризма, 100 млн. юаней	Число отелей, отмеченных звездами
Всего	171,68	55686,70	31134,47	2615,17	455
Наньчан	20,78	6802,91	4266,02	381,03	55
Цзиндэчжэнь	27,76	8831,12	2568,87	206,60	27
Пинсян	7,91	2563,69	2185,24	154,62	11
Цзюцзян	31,35	11209,66	4329,57	385,25	76
Синьуй	2,63	784,63	1056,88	90,72	13
Интань	7,48	1867,35	1816,5	138,37	17
Ганьчжоу	16,33	5068,83	3079,37	269,14	71
Цзиань	20,05	6285,32	3762,02	298,66	47
Ичунь	7,89	2607,54	2158,59	175,37	47
Фучжоу	7,16	2518,55	1628,45	132,83	32
Шанжао	22,34	7147,10	4282,96	382,63	59

(2) Текущая ситуация развития «умного» туризма в провинции Цзянси

В феврале 2012 года в провинции Цзянси был разработан вебсайт «умного» туризма ([HTTP://WWW.JXZHLYW.COM/](http://www.jxzhlyw.com/)), запустивший стратегическое сотрудничество между сферой туризма в провинции и публичной компанией Alibaba group. Он представляет собой многофункциональную электронную коммерческую платформу, представляющую собой демонстрацию продукции, рекламно-пропагандистскую деятельность, бронирование туристического продукта, осуществление онлайн-операций и предоставление услуг офлайн. Потребитель может пользоваться услугами сайта через стационарный компьютер, мобильный телефон и беспроводные устройства в любое время.

Вебсайт использует расширенный поиск туров, систему бонусов и систему смарт-карт для выполнения четырех основных функций: «умной» навигации, «умного» путевода, «умного» браузера и «умного» путевода по магазинам. Вебсайт анализирует поведение пользователей и их привычки в отношении путешествий, с тем чтобы автоматически разработать индивидуальную тур-программу. В то же время были подписаны договоры о сотрудничестве

по развитию микроблогов с интернет-компаниями Sina, Tencent and Sohu. Использование билетов с двухмерными кодами облегчает путешествие туристов по провинции.

Начиная с 2014 года в провинции Цзянси предпринимаются попытки оказания услуг в сфере сетевого маркетинга, онлайн-бронирования и онлайн-платежей. Лунхушань, являющаяся наиболее посещаемым живописным местом, куда бронируются билеты и гостиничные услуги с помощью приложения «WeChat», завершила стадию планирования развития живописных территорий в рамках «умного» туризма. Все GPS координаты главных достопримечательностей, санузлов, билетных касс, набережных, ресторанов и магазинов собраны и встроены в систему WeChat. Посетителям нужно лишь отсканировать QR-код Лунхушань, чтобы получить необходимую информацию о количестве билетов, наличии мест в отеле, местонахождении санузлов, или же использовать голосовой гид приложения WeChat.

Городской округ Цзиндэчжэнь запустил местное мобильное приложение для путешествий, с помощью которого туристы, нажав на кнопку мобильного телефона, могут получить своевременную достоверную и исчерпывающую информацию.

В городском округе Ичунь используются также сетевые структуры, оказывающие туристам комплексные услуги по демонстрации достопримечательностей в трехмерном пространстве.

3. Вызовы развития «умного» туризма в провинции Цзянси

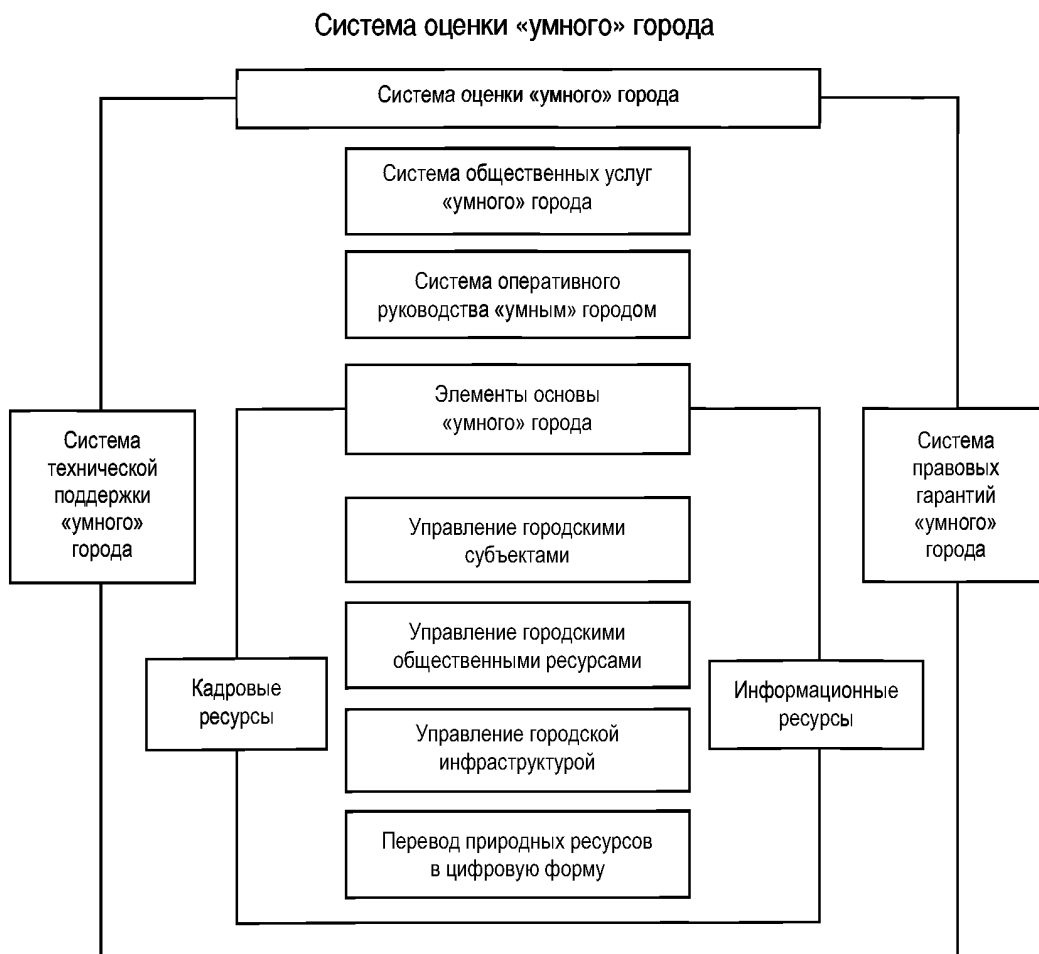
(1) Отсутствие унифицированной концепции на высшем уровне

В настоящее время отсутствуют как четкое представление о том, что собой представляет идея «умного» туризма внутри страны и за рубежом, так и единое понятие о национальных исследованиях туриндустрии. Государственное управление по делам туризма обеспечило лишь инструктивный подход к созданию «умного» туризма, в рамках этого подхода

еще не сложились единые стандарты, концепции и система оценки технологий и услуг, что влечет за собой нечеткую постановку целей развития «умного» туризма. Независимые действия городов по его разработке приводят к потере большого объема инвестиций. При этом невозможна передача данных, что затрудняет туристические путешествия.

(2) Общий механизм концепции «умного» города на высшем уровне

В процессе определения общих стратегий «умного» туризма формирование значимых стандартов и системы оценки требуют единовременной разработки с нуля, внедрения проекта на высшем уровне, а также общего планирования и комплексного анализа (рисунки).



В ходе разработки на национальном уровне программы-гида с единой платформой, едиными стандартами и единой основой необходимо ускорить строительство корпоративной инфраструктуры с помощью стандартизации, повышения качества, программирования, информатизации и цифровизации. Необходимо также преобразовать достижения в развитии «умного» туризма с целью расширения спектра туристических услуг и повышения потенциала управления, например, с помощью ведения статистики туризма, обследования уровня удовлетворенности туристов и составления прогнозов их потока. Руководствуясь национальной политикой и учитывая местные условия и руководство, следует определить специализированный и индивидуализированный путь развития туристической индустрии. Слепое следование стандартам и ограниченное развитие нежелательны.

(3) Усиление внимания к разработке аппаратного обеспечения туристической индустрии

На сегодняшний день местные органы управления уделяют большое внимание разработке аппаратного обеспечения туризма, измеряя уровень его развития общим числом серверов и загрузкой сетей и т.д. Однако «умный» туризм не может развиваться только за счет технологий. Несмотря на их важную роль в развитии «умного» туризма, данная концепция не может полностью решить все проблемы с помощью определенных технологий. Поэтому необходима такая технология, которая бы обеспечивала более удобный и высокоэффективный доступ, предоставляла услуги и распространяла информацию среди посетителей. «Умный» туризм не должен слепо следовать за технологическими сложностями.

(4) Сложности устойчивого развития

Развитие концепции «умного» туризма – длительный процесс, требующий долгосрочного планирования и разработки механизма реализации.

Проект развития «умного» туризма на высшем уровне должен сочетаться с разработкой подобных проектов развития «умных» городов. В настоящее время у многих городов отсутствуют механизмы долгосрочного функционирования и управления, что делает их неспособными к стимулированию энтузиазма и творчества общественных сил и их участия в процессе разработки концепции «умного» туризма. Некоторым территориям не удастся определить объекты финансирования и их права с точки зрения их интереса к процессу развития «умного» туризма, а также к переходу от объекта финансирования к объекту интереса. Вследствие прямых государственных инвестиций, этой системе необходимы большие средства для долгосрочного обслуживания, что ведет к трудностям поддержания устойчивого развития.

(5) Нехватка талантов в сфере «умного» туризма

Для построения концепции требуется множество талантливых технических специалистов. Поскольку «умный» туризм – новация, привлекательность которой пока довольно низка, проблема поиска талантов является относительно важной для его развития. Поэтому для разработки концепции «умного» туризма и его развития необходима профессиональная команда в сферах туризма, информационных технологий, политики и регулирования, онлайн-коммерции и сетевого маркетинга для управления данной отраслью и её успешного развития.

Сведения об авторах

Куан Сяоцянь – научный ассистент, Центр международного обмена и сотрудничества, Академия общественных наук провинции Цзянси

Ай Шуцинь – научный ассистент, отдел кадров, Академия общественных наук провинции Цзянси

Kuang Xiaoqian, Ai Shuqin

Research on the Development of Smart Tourism in Jiangxi Province under the Background of the “Internet +”

Information about the Authors

Kuang Xiaoqian – Associate Researcher, International Exchange & Cooperation Center, Jiangxi Academy of Social Sciences

Ai Shuqin – Assistant Researcher, Personnel Department, Jiangxi Academy of Social Sciences

Статья поступила 16.05.2016