

# ЦИФРОВИЗАЦИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА СТРАН ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ

Ю. И. Синявская<sup>1)</sup>, В. М. Дедок<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, [Sudak@bsu.by](mailto:Sudak@bsu.by)

<sup>2)</sup> Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, [DedokVM@bsu.by](mailto:DedokVM@bsu.by)

В статье представлен краткий обзор основных тенденций развития цифровизации в странах Латинской Америки согласно отчету IDB Invest «Как новые технологии трансформируют туризм в Латинской Америке и Карибском бассейне 2023» (динамическое ценообразование; использование моделей дополненной реальности и виртуальной реальности (AR/VR); использование технологий распознавания и систем безопасности; гиперперсонализация путешествий; развитие платформ-агрегаторов (OTA); экологическая устойчивость и изменение климата); описаны ключевые характерные особенности цифровизации индустрии туризма и гостеприимства в странах Латинской Америки (неравномерное развитие в разных странах; медленная адаптация к технологиям; недостаток квалифицированного персонала; трудности с финансированием).

**Ключевые слова:** цифровизация; индустрия туризма и гостеприимства; Латинская Америка; облачные технологии; интернет вещей.

## DIGITALISATION OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN LATIN AMERICA

Y. I. Siniauskaya<sup>a</sup>, V. M. Dedok<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Belarusian State University,  
4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus, [Sudak@bsu.by](mailto:Sudak@bsu.by)

<sup>b</sup> Belarusian State University,  
4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus, [DedokVM@bsu.by](mailto:DedokVM@bsu.by)

The article provides a brief overview of the main trends in the development of digitalization in Latin America according to the IDB Invest report “How new technologies will transform tourism in Latin America and the Caribbean 2023” (dynamic pricing; the use of augmented reality and virtual reality (AR/VR) models; recognition technologies and security systems; hyperpersonalization of travel; development of Online Travel Agencies (OTAs); environmental sustainability and climate change); describes the key characteristics of the digitalization of the tourism and hospitality industry in Latin America (uneven development in different countries; slow adaptation to technology; lack of qualified personnel; difficulties with financing).

**Keywords:** digitalization; tourism and hospitality industry; Latin America; cloud technology; internet of things.

В 2023 г. мировой рынок гостиничных услуг достиг отметки в 4,7 трлн дол. США и, по прогнозам, вырастет до 5,8 трлн дол. США в 2027 г. при совокупном годовом темпе роста в 5,5 %. Одним из факторов, стимулирующих этот рост, является все более активное внедрение цифровых технологий. В 2020 г. около 61 % туристических и гостиничных компаний заявили, что их приоритетом является внедрение новых технологий для улучшения обслуживания клиентов и/или поставщиков [1].

Индустрия гостеприимства демонстрирует значительный прирост в странах Латинской Америки на протяжении последних 5 лет, что во многом объясняется разнообразием природных ресурсов, а также прогрессивными шагами на уровне правительства по продвижению сферы туризма и гостеприимства на международном уровне. Регион привлекает все большее количество туристов с разных регионов мира, а также инвестиции, которые позволяют развивать инфраструктуру в целом и гостиничный сектор в частности.

Цифровая трансформация гостиничного сектора на макроуровне является одним из главных факторов его экономического роста. К настоящему времени в связи с развитием новых технологий цифровая трансформация включает большие данные (*Big Data*), облачные технологии (*Cloud Technologies*), блокчейн (*Blockchain*), интернет вещей (*Internet of Things*), роботы, искусственный интеллект, финансовые интернет-технологии (*Fintech*) и др. Изменение условий деятельности гостиничного сектора под влиянием цифровой трансформации ведет к автоматизации процессов, персонализации услуг, расширению мобильных возможностей, а также стимулирует создание новых рабочих мест, развитие квалифицированных кадров, появление новых специальностей.

Цифровая трансформация гостиничного сектора в странах Латинской Америки распределена неравномерно, что позволяет провести более комплексное исследование, результаты которого могут быть использованы при среднесрочном и долгосрочном планировании развития гостиничного сектора на макроуровне в разных регионах мира.

Согласно данным отчета *IDB Invest* (Многосторонний банк развития, входящий в группу Межамериканского банка развития) «Как новые технологии трансформируют туризм в Латинской Америке и Карибском бассейне 2023» [2], к числу основных тенденций развития цифровизации в индустрии туризма и гостеприимства стран Латинской Америки можно отнести:

1. Динамическое ценообразование: возможность своевременно изменять предложение продукции и ее цены в соответствии с рыночным спросом и в зависимости от факторов рынка, чтобы увеличить выручку.

2. Использование моделей дополненной реальности и виртуальной реальности (*AR/VR*): приложения отелей и туристических агентств, позволяющие пользователям заранее визуализировать достоинства и преимущества предлагаемых объектов размещения и услуг для принятия более обоснованного решения. Различные авиакомпании начинают ис-

пользовать виртуальную реальность как часть своих развлекательных предложений в полете, обеспечивая более интерактивный и захватывающий опыт для своих клиентов. Также данные технологии могут быть использованы для обучения персонала и экипажа.

3. Технологии распознавания и системы безопасности. Особенно широко данные технологии используются в отелях и аэропортах, и включают в себя включение биометрической аутентификации для повышения безопасности и удобства. На сегодняшний день существующие методы сканирования сетчатки и распознавания радужной оболочки глаз являются более распространенными, однако ожидается, что распознавание отпечатков пальцев, лиц и поведения (распознавание походки, голоса и акцента) будет введено в индустрии в течение следующего десятилетия, что также положительно отразится на персонализации путешествия. Важно отметить, что данные технологии можно использовать в целях безопасности не только в аэропортах, но и в отелях, позволяя гостям получать доступ к зонам отеля исключительно посредством сенсорной идентификации без необходимости использования карты, браслета или какого-либо дополнительного устройства, что позволяет осуществить заезд/выселение автоматически или оплачивая еду и напитки по схеме *Grab & Go* (предварительно упакованные, готовые к употреблению продукты питания).

4. Гиперперсонализация путешествия (уникальный опыт с минимальными ценами): интернет-вещей (автоматизация термостатов, мини-баров, замков, кухонного оборудования, жалюзи, смесителей для воды и т. д.), использование роботов и *Big Data* (отели собирают информацию о бронированиях, предпочтениях гостей, оценках и отзывах, что позволяет им более глубоко понимать потребности своих клиентов и предсказывать будущий спрос, также используются для быстрой внутренней отчетности: отельеры могут оперативно получать доступ к самым важным ключевым показателям работы объекта (отчеты по доходу, загрузке, источникам бронирования и т. д.)). Как пример, в некоторых аэропортах сумки маркируются специальными датчиками, чтобы пассажиры могли отслеживать свой багаж через мобильные приложения. Вариантом будущего использования также является размещение датчиков в сиденьях самолетов для измерения частоты сердечных сокращений и температуры тела пассажиров, чтобы бортпроводники могли помочь пассажирам в случае необходимости. Кроме того, данные устройства могут отправлять пассажирам напоминания о необходимости совершать телесные движения на длительных по времени рейсах. То касается роботов, некоторые аэропорты начали экспериментировать с их различными видами: от автономных тележек для багажа и роботов-уборщиков до роботов, предназначенных для ответа на вопросы пассажиров о времени рейсов и расположении выходов на посадку.

5. Развитие платформ-агрегаторов (*OTA*): бизнес-модель платформ-агрегаторов построена на самообслуживании потребителя, однако в боль-

шинстве случаев для обработки более сложных заявок предоставляются услуги консультантов *call*-центра; платформы предлагают покупателю тот же набор решений, что и обычные турагентства (авиабилеты, проживание в отелях, аренда автомобилей, круизы, пакетные туры для отдыха и бизнеса); крупные *OTA* также предоставляют возможность сравнивать цены и условия предложений: например, при бронировании гостиничного номера увидеть расположение отеля на карте, а при заказе авиабилета — информацию о длительности пересадки в аэропорту.

6. Экологическая устойчивость и изменение климата: наблюдается рост спроса на устойчивые направления (приключенческий и природный туризм, экотуризм, агротуризм, гастрономический и культурный туризм и т. д.), что представляет собой огромный потенциал для стран региона, учитывая их необычайное богатство природного наследия. Данный факт, помимо снижения негативного воздействия на окружающую среду, поддерживает восстановление природного и культурного наследия.

На основании вышеупомянутого отчета предлагаем определить основные характерные особенности цифровизации индустрии туризма и гостеприимства в странах Латинской Америки.

1. Неравномерное развитие в разных странах региона.

Индустрия туризма и гостеприимства в странах Латинской Америки, характеризующаяся неравномерным развитием, требует помощи в доступе к конкретным технологическим решениям. Разнообразие игроков, от небольших местных компаний до крупных международных сетей, усложняет адаптацию и масштабирование цифровых инструментов.

2. Медленная адаптация к технологиям.

Традиционно индустрия туризма и гостеприимства стран Латинской Америки демонстрировала медленное внедрение новых технологий, что можно объяснить такими факторами, как сопротивление изменениям, отсутствие цифровых навыков или ограниченность средств для инвестиций в технологии. В некоторой степени это связано также с ограниченным доступом к сети Интернет. Несмотря на то, что процент индивидуальных пользователей сети в ряде стран Латинской Америки с 2010 по 2019 гг. в Бразилии вырос с 40,7 до 73,9 %, в Мексике — с 31 до 70,1 %, в Аргентине — с 45 до 80 %, в целом в регионе только 64 % граждан имеют доступ к Интернету, в то время как в развитых странах — 88 % [3].

3. Недостаток квалифицированного персонала.

Влияние пандемии *COVID-19* на индустрию туризма и гостеприимства стран Латинской Америки усугубило проблему, поскольку многие работники после длительного периода бездействия искали возможности трудоустройства в других сферах. В настоящий момент стоит задача вновь привлечь этих специалистов, что требует повышения привлекательности индустрии и обеспечения условий труда.

4. Трудности с финансированием.

Отсутствие финансовой поддержки ограничивает инновационный потенциал индустрии, препятствует ее восстановлению и адаптации к

новым рыночным условиям. Кроме того, существует целый ряд проблем, с которыми сталкиваются латиноамериканские компании в связи с развитием цифровой торговли: доступ к быстрым онлайн-кредитам, доступность банковских кредитов для компаний и инвестиций на ранней стадии развития такого вида торговли, общие затраты на доставку и таможенные процедуры, вопросы цифрового регулирования, такие как интеллектуальная собственность и защита авторских прав и др. Также важно отметить, что в странах Латинской Америки отсутствуют законы, способствующие созданию институциональной основы для внедрения и широкого распространения ИКТ, особенно малыми и средними предприятиями [3].

Таким образом, в регионе Латинской Америки в настоящий момент происходит цифровая революция в индустрии туризма и гостеприимства, и мы убеждены, что технологические инновации способны значительно ускорить и масштабировать развитие региона. Цифровая трансформация уже сейчас оказывает значительное влияние на индустрию туризма и гостеприимства стран Латинской Америки, она предоставляет целый ряд преимуществ как для клиентов, так и для работников гостиничного сектора. Однако, несмотря на многообещающие достижения, процесс цифровизации все еще находится на ранней стадии своего развития в индустрии туризма и гостеприимства в странах Латинской Америки. Его широко-масштабное внедрение и полная интеграция в туристическую деятельность зависят от решения технических, финансовых и образовательных задач и вызовов, а также от готовности компаний индустрии экспериментировать с новыми подходами. Компании, которые знают, как использовать потенциал информационных технологий для оказания своих услуг, окажутся в привилегированном положении, чтобы завоевать и сохранить лояльность своих клиентов.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Digital transformation in the hospitality industry driving servitization // EHL Insights. — 04.08.2023. — URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/digital-transformation-facilitating-servitization> (date of access: 15.09.2024).
2. How New Technologies Are Transforming Tourism in Latin America and the Caribbean // IDB Invest. — 16.11.2023. — URL: <https://idbinvest.org/en/publications/how-new-technologies-are-transforming-telecommunications-latin-america-and-caribbean> (date of access: 16.09.2024).
3. Шоляр, Н. Цифровая трансформация Латинской Америки // Российский совет по международным делам. — 21.03.2022. — URL: [https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/tsifrovaya-transformatsiya-latinskoy-ameriki/?sphrase\\_id=125174177](https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/tsifrovaya-transformatsiya-latinskoy-ameriki/?sphrase_id=125174177) (дата обращения: 15.09.2024).