

Профессии будущего в туризме.

Богатырёва Ляна Галиевна

Научный руководитель: Анищенко А.А.

Аннотация: В данной статье рассматриваются профессии в сфере туризма и гостеприимства, которые в скором времени станут наиболее востребованы, какие новые специалисты потребуются работодателям, а какие профессии исчезнут в ближайшие 15-20 лет.

Ключевые слова: туризм, профессия-пенсионер, профессии будущего, космотуризм, бренд-менеджер, кастомизация.

Цель данного исследования - выявить профессии в секторе туризма и гостеприимства, которые скоро исчезнут, выявить профессии будущего, дать их характеристик.

Скорость изменений увеличивается, сложность профессиональных задач возрастает. Некоторые специальности в сфере ИТ – например, менеджер социальных сетей, профессиональный блогер, сео-оптимизатор, хедхантер, не были известны в начале 2000-х, а теперь стали популярными и высокооплачиваемыми. Какими знаниями, умениями и навыками нужно обладать, чтобы быть востребованным специалистом в новом мире?

Индустрии туризма и гостеприимства остаются одними из отраслей с большим потенциалом развития, как за счет спроса со стороны российских туристов, так и за счет интереса иностранных гостей. Возможности для роста имеются, в первую очередь, за пределами мегаполисов – Москвы и Санкт-Петербурга – в крупных промышленных центрах, малых городах с большой историей и природных заповедниках.

Развитие транспортных систем и растущая мобильность позволят путешественникам быстрее и проще добираться до интересующих их мест. А это означает, что сфера туризма и гостеприимства столкнется с новыми вызовами, связанными как с ростом числа туристов, так и с их взыскательностью.

Этот сектор – один из первых, где наиболее заметна тенденция по снижению числа посредников между потребителем и интересующей его услугой. Поэтому многие сервисы массового использования будут упрощаться и автоматизироваться: единые транспортные системы и проездные билеты, инструменты для выстраивания логистики индивидуальных поездок, автоматизированные диспетчерские для

синхронизации индивидуального общественного транспорта, сервисные роботы, электронные гиды и устройства для синхронного перевода. В этом сегменте появится много профессий-пенсионеров – заметное количество дел возьмут на себя машины [1].

Поэтому многие сервисы массового использования будут упрощаться и автоматизироваться: единые транспортные системы и проездные билеты, инструменты для выстраивания логистики индивидуальных поездок, автоматизированные диспетчерские для синхронизации индивидуального общественного транспорта, сервисные роботы, электронные гиды и устройства для синхронного перевода. В этом сегменте появится много профессий-пенсионеров – заметное количество дел возьмут на себя машины. Уже сейчас в гостиничном бизнесе роботы начинают успешно заменять людей – например, в отеле Yotel в Нью-Йорке багажом занимается специальный механический носильщик [3], а персонал китайской гостиницы Pengheng Space Capsules Hotel — от швейцаров до официантов – целиком состоит из роботов [4].

Поскольку разнообразие выбора сделает туристов более привередливыми, будут появляться новые туристические форматы и возможности для индивидуализации продукции под заказы конкретных потребителей путём внесения конструктивных или дизайнерских изменений кастомизации отдыха под запрос пользователя – в соответствии с его физической формой, вкусами и интересами.

С развитием технологий виртуальности одним из вызовов для отрасли станет конкуренция за внимание пользователя со сферой медиа и развлечений. Поэтому отрасли придется расширять спектр услуг с учетом этих технологий, например, у туристов появится возможность участвовать в экскурсиях и шоу с дополненной реальностью, играх и реконструкциях исторических событий.

В условиях жесткой конкуренции удержать внимание потенциального клиента можно, только предложив ему уникальные впечатления. Поэтому большое значение приобретет процесс брендинга территории – наполнения ее объектами и игровыми форматами, позволяющими туристу оказаться сопричастным к историческому событию и пережить ни с чем не сравнимые эмоции. Уже сейчас развиваются разные аспекты туризма впечатлений – гастрономический туризм, агро- и экотуризм, духовный туризм.

Устройство индивидуальной и общественной жизни стремительно меняется, и это влечет за собой не только появление новых профессий, но и устаревание ряда старых. В связи с ускорением технологического прогресса профессии начинают появляться и исчезать все быстрее.

Профессии- пенсионеры - исчезающие в результате автоматизации и других технологических и социальных изменений.

Люди стали путешествовать самостоятельно, поэтому уменьшилась потребность в специалистах по оформлению виз, меньше потребностей в гидах и экскурсоводах, на покупку авиабилетов, управление туристическим бизнесом и организация туристических продуктов. И чем дальше, тем проще будет самим организовывать поездки, не прибегая к помощи турфирм и покупке путевок. Потребность в специалистах будет сокращаться с развитием автоматизированных сервисов. На смену стандартным турам и экскурсиям придут индивидуальные программы, а экскурсоводов заменят виртуальные гиды и специальные туристические программы и приложения, позволяющие сориентироваться на местности и узнать всю необходимую информацию по темам, интересующим конкретного пользователя.

Профессию турагента уничтожат следующие факторы: люди все чаще предпочитают индивидуальный туризм массовому, а спонтанный отдых – четко спланированному; обилие интернет-сервисов и приложений по подбору трансфера, проживания, планированию досуга, позволяют пользователям напрямую, без посредников, организовывать свой отдых. Эта профессия будет исчезать по мере того, как все больше людей будут привыкать собственные туры через Интернет. Со временем турагенты останутся только в элитном сегменте, где особой ценностью будет то, что с клиентом по индивидуальному заказу работает реальный человек, а не программа.

Профессии будущего - появляющиеся в связи со сменой технологий, использованием новых практик работы и новых запросов потребителей. Следующие специальности появятся ближайшие 15-20 лет.

Архитектор территорий - специалист, который создает для туристов «информационные ландшафты» с учетом реалий региона, типов потребителей и популярных на текущий момент направлений в туристической индустрии. Если бренд-менеджер выполняет функции креативного директора, архитектор территорий – это дизайнер, который находит конкретные и детальные решения для поставленных задач [2].

Консьерж робототехники - специалист, контролирующий гостиничных роботов. Роботизированные отели уже существуют в Америке, Китае, Японии и других странах, и хотя механические швейцары, горничные и курьеры неплохо себя зарекомендовали, над ними все равно требуется человеческий присмотр. Такой консьерж должен быть высокоорганизованным специалистом с навыками многозадачности, разбираться в механизмах и иметь навыки общения с искусственным интеллектом. [2]

Дизайнер дополненной реальности территорий- разрабатывает различные пласты дополненной реальности вокруг определенной территории с учетом ее ландшафта, исторического и культурного контекста. Например, он может создать несколько вариантов для Красной площади – времена Ивана Грозного, 1917 год, эпоха стиляг и т. д. Такой специалист должен сочетать навыки дизайнера и программиста с хорошим знанием истории. [2]

Разработчик тур-навигаторов- ИТ-специалист, создающий программы и приложения, позволяющие пользователю сориентироваться на определенном маршруте в контексте его интересов, вкусов, планов и текущих культурных событий. [2]

Разработчик интеллектуальных туристических систем - специалист, который создает автоматизированные системы покупки билетов, навигации, бронирования гостиничных мест. Уже сейчас основатели компаний, связанных с туризмом, зарабатывают на разработке уникальных алгоритмов поиска. Спрос на простые, удобные и быстрые решения в этой сфере будет только расти. Кроме того, все большее значение будут иметь персонализация и возможность создания индивидуальных маршрутов. [2]

Бренд-менеджер пространств - консультант и организатор, который отвечает за наполнение виртуального пространства культурными смыслами, связанными с конкретной территорией. Он создает образ и легенду местности, и вокруг этой легенды объединяется весь дизайн, айдентика, информационное освещение, виды туристических сервисов и разнообразные мероприятия. Все это придает территории уникальность, позволяет привлечь посетителей и делает ее конкурентоспособным центром туризма. Профессия бренд-менеджера пространств существует и сейчас, но со временем ее актуальность только возрастет – и требования к специалистам такого профиля, соответственно, тоже. [2]

Режиссер индивидуальных туров - профессиональный гид, способный разрабатывать и лично проводить уникальные туры по запросам конкретных клиентов. Эта профессия в каком-то смысле существует уже сейчас, однако будет становиться массовой по мере исчезновения традиционных туроператоров. [2]

Менеджер космотуризма – специалист, который разрабатывает туристические программы посещения околокосмического пространства, а впоследствии – орбитальных комплексов и других космических сооружений. Сейчас люди без проблем доверяют подбор своего путешествия на другой конец планеты менеджеру туристической фирмы. С космическим пространством произойдет то же самое. Космотуризм будет активно развиваться, что поведет за собой развитие инфраструктуры в космосе. Там будут строиться гостиницы, поселения, военные базы, производственные комплексы, научные и исследовательские станции. Вряд ли человек сможет самостоятельно организовать тур и поехать туда «дикарем». Именно поэтому профессия менеджера космического туризма станет востребованной с развитием коммерческих космопутешествий.[2]

Список использованной литературы:

1. Профессии будущего: как изменится рынок труда к 2030 году? Режим доступа: <http://informatikum.ru/blog/professii-budushchego-kak-izmenitsya-rynok-truda-k-2030-godu>
2. «Атлас новых профессий».
3. YOTEL New York. Режим доступа: <https://www.yotel.com/en>
4. Pengheng Space Capsules Hotel. Режим доступа: <http://www.penghengspacecapsuleshotel.com>