

УДК 338.48:338.26

МОДЕЛИ И ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МЕЙНСТРИМЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Макринова Е.И., Сотник А.П., Хайдаров И.С.

*АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», Белгород,
e-mail: kaf-gtskr@bukep.ru*

В настоящее время цифровая трансформация охватила абсолютно все сферы национальной экономики, в том числе индустрию туризма. Необходимыми условиями эффективного внедрения цифровых технологий являются системность работ, разработка проектов, создание единого туристского пространства и др. Целью исследования явился анализ использования инструментов цифровой экономики и на его основе разработка модели процесса планирования развития регионального туризма. Для достижения поставленной цели использовались общенаучные и специальные методы: анализ, диалектика, системность, синтез, комплексность, детализация и обобщение. В статье обоснованы значимость и необходимость разработки цифровой экосистемы туристской индустрии, представлено ее авторское видение. Доказано, что в процессе регионального планирования требуется особое внимание уделять подбору инструментов цифровой трансформации туристской индустрии. В ходе исследования установлено, что технологии эффективного планирования развития туризма включают подробный анализ внешней и внутренней среды региона и уровня его цифровизации, постановку реалистичных целей и определение задач, разработку стратегии и формирование бюджета, реализацию целевых программ и проектов развития туризма. Авторами разработана модель процесса регионального планирования развития туризма в цифровой среде с позиций системного подхода.

Ключевые слова: туризм, региональное планирование, цифровая экономика, цифровая трансформация, цифровая экосистема туризма

MODELS AND TECHNOLOGIES OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE MAINSTREAM OF DIGITAL ECONOMY

Makrinova E.I., Sotnik A.P., Khaydarov I.S.

*ANO VO «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law»,
Belgorod, e-mail: kaf-gtskr@bukep.ru*

Currently, the digital transformation has embraced absolutely all spheres of the national economy, including the tourism industry. One of the necessary conditions for the effective implementation of digital technologies is systematic work, project development, the creation of a single tourist space, etc. The aim of the study was to analyze the use of digital economy tools and, on its basis, develop a model for the process of planning regional tourism development. To achieve this goal, general scientific and special methods were used: analysis, dialectics, consistency, synthesis, complexity, detail and generalization. The article substantiates the importance and necessity of developing a digital ecosystem of the tourism industry, and presents its author's vision. It is proved that in the process of regional planning, special attention needs to be paid to the selection of digital transformation tools for the tourism industry. The study found that, for the technology of effective tourism development planning, it includes a detailed analysis of the external and internal environment of the region and its digitalization level, setting realistic goals and defining tasks, developing a strategy and budgeting, implementing targeted tourism development programs and projects. The authors developed a model of the process of regional planning of tourism development in the digital environment from the perspective of a systematic approach.

Keywords: tourism, regional planning, digital economy, digital transformation, digital tourism ecosystem

Развитие цифровой экономики кардинально меняет модель функционирования большинства видов экономической деятельности, в том числе и туризма. Цифровая экономика по своей природе не является отдельным видом деятельности, наоборот, она призвана создать основу для развития системы эффективного функционирования государственной экономики, социальной сферы, бизнеса и общества. Цифровая трансформация направлена на решение вопросов национальной безопасности, конкурентоспособности отечественных компаний на мировой арене.

Туризм затрагивает все сферы деятельности современного общества, в том числе

экономическую, культурную и социальную сферы государства [1]. Большой стимулирующий эффект он оказывает на основные отрасли экономики, заставляя их активно перестраиваться, внедрять новые технологии, активно участвовать в конкуренции на мировом рынке и содействовать притоку инвестиций. Туристскую индустрию следует считать комплексобразующей отраслью, основывающейся на интегрированном использовании экономического, культурного и природного потенциала территории.

Внедрение цифровых технологий в туристской индустрии в повседневную жизнь и формирование новых профессиональных компетенций образуют проблемное поле,

актуализирующее необходимость глубокого изучения и понимания этих процессов.

В современных условиях поведение потребителей туристских услуг постоянно изменяется, ожидания растут, требуется все больше актуальной информации; органы управления и предприятия в свою очередь вынуждены создавать новые маркетинговые каналы, автоматизировать бизнес-процессы и формировать экосистемы.

Целью исследования явились анализ использования инструментов цифровой экономики и на его основе разработка модели процесса планирования развития регионального туризма. Теоретической и методологической основой исследования служили нормативные акты РФ, а также труды российских ученых, таких как Ю.М. Акаткин [1], С.А. Вдовин [2], Л.М. Давиденко [3], А.И. Кабалинский [4], Е.И. Макринова, Е.В. Матузенко [5], М.А. Морозов [6], С.Т. Тарасов [7] и иные, в области цифровизации экономики, разработки цифровых экосистем и развития туризма.

Материалы и методы исследования

На территории России реализуется национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации», в рамках которого ведется активная деятельность по разработке и реализации региональных проектов, направленных на цифровизацию всех видов деятельности. В программе развития цифровой экономики Российской Федерации на период до 2024 г. определены основные направления, реализация которых даст необходимый толчок для перехода национальной экономики на более конкурентоспособный уровень [8].

Индустрия туризма является одной из ключевых отраслей развития экономики государства, она отличается высокой конкуренцией и в то же время значительной насыщенностью информацией, подразумевает моментальное реагирование на изменение поведения потребителей. Особенно это характерно для продвижения туристских услуг, так как именно привлечение внимания потребителей в эпоху массовой цифровизации является ключевым фактором в успехе маркетинговой стратегии. На сегодняшний день индустрия туризма уже в полной мере ориентирована на внедрение цифровых технологий, перестроено большинство бизнес-процессов в соответствии с новой парадигмой развития цифровой экономики.

В сентябре 2019 г. Правительством РФ была принята Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [9]. В ней основной упор сделан на внедрение цифровых технологий в про-

цесс планирования развития туризма, в том числе регионального.

В условиях цифровой экономики формируются новые требования к информационно-коммуникационной среде, автоматизированным системам управления и платформам. Формирование единого информационного пространства реализуется с учетом возникающих потребностей общества в получении качественных и точных сведений, ориентированных на социальную и экономическую сферы государства.

Информационное сопровождение туристской индустрии представляет собой совокупность информационной базы данных о туристской деятельности и специализированных информационных технологий, предназначенных для ее обработки, которые обеспечивают эффективное функционирование отрасли.

Использование инструментов цифровизации дает клиенту возможность в режиме реального времени самостоятельно выбрать туристское предприятие и гостиницу, найти необходимую информацию о туристском продукте, сопоставить цены на услуги, совершить покупку. Немаловажно, что доступ к услугам является круглосуточным.

Внедрение цифровых технологий в индустрию туризма формирует основные тенденции развития отрасли, оказывая влияние на все составные части туристского продукта посредством снижения транзакционных издержек и повышения информированности пользователей цифровых сервисов и платформ.

Цифровая трансформация формирует предпосылки для повышения прибыльности туристской отрасли, постепенного перехода в онлайн-сферу с соответствующим переключением финансовых потоков. Тенденции развития туристских информационных систем и сервисов указывают на их постоянно растущую роль на туристском рынке.

Одной из важных задач развития регионального туризма является формирование цифровой экосистемы, включающей ряд взаимосвязанных элементов. Авторское видение модели цифровой экосистемы туристской индустрии представлено на рис. 1.

Цифровая экосистема туристской индустрии – это открытая информационно-технологическая инфраструктура, являющаяся основой для партнерства сферы потребления, координации и бизнес-сферы. Как и любая отрасль цифровой экономики, индустрия туризма основывается на экономике знаний. Носителем знаний в цифровой экосистеме туризма должно явиться семантическое ядро, поддержка и развитие которого – важнейший и наукоемкий процесс.

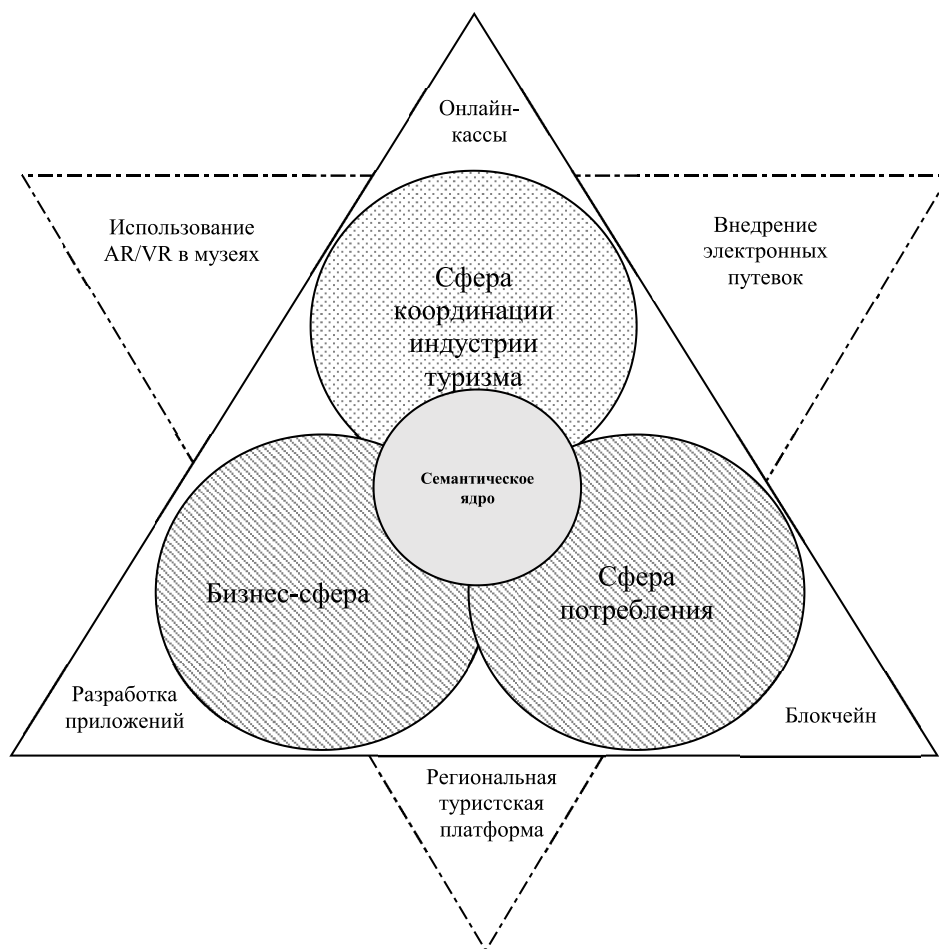


Рис. 1. Модель цифровой экосистемы туристской индустрии (разработано авторами)

Существует множество инструментов цифровой экономики, необходимых для эффективного развития регионального туризма (рис. 2). Потенциал цифровизации регионального туризма напрямую зависит от финансовых и технологических возможностей конкретного субъекта. По нашему мнению, следует выделить некоторые ключевые инструменты цифровой трансформации индустрии туризма.

Потенциал цифровизации регионального туризма напрямую зависит от финансовых и технологических возможностей конкретного субъекта. По нашему мнению, следует выделить некоторые ключевые инструменты цифровой трансформации индустрии туризма.

Как правило, потребители туристских услуг полагаются на несколько источников информации во время планирования и совершения покупки, что говорит о необходимости интеграции разрозненных комму-

никационных каналов в единую систему с целью беспрепятственного и непрерывного обмена информацией с клиентом.

Единое туристское информационное пространство – это совокупность коммуникаций, где создается, перемещается и потребляется информация между всеми участниками туристского рынка с целью их информационного взаимодействия, формирования туристского продукта, а также его последующего продвижения и реализации конечному потребителю.

Одной из центральных платформ для коммуникаций с потенциальными потребителями является сайт. Тенденции в сфере сайтостроения достаточно быстро сменяют друг друга, поэтому веб-дизайнерам порой бывает очень сложно «угнаться за модой». А потребители в свою очередь ожидают, что сайты туристских организаций будут максимально информативными, простыми и удобными в навигации.



Рис. 2. Основные инструменты цифровой трансформации туристской индустрии

Технологией, направленной на повышение доступности информации, являются чат-боты и формирующий их искусственный интеллект. Чат-боты позволяют непрерывно сортировать данные и оперативно реагировать на запросы потребителей без участия человека.

Туристский бот в круглосуточном режиме может помочь сэкономить время потребителей, организовать их путешествие от начала до конца или предложить варианты на выбор.

Тенденция к объединению реального опыта с цифровым, дополненная виртуальной реальностью, набирает обороты. Потребитель, получая колоссальное количество впечатлений от путешествий, стремится иметь их еще больше, становясь частью того, что ему интересно. Люди готовы покупать впечатления, именно поэтому необходимо предлагать им информацию в совокупности с эмоциями и чувствами.

Виртуальная реальность позволяет создать эффект присутствия туриста в месте, которое ему хотелось бы посетить, будь то гостиница, музей или туристская дестинация.

Дополненная реальность – технология, схожая с виртуальной реальностью, предполагающая увеличение реально воспринимаемого мира человека. Основным ее преимуществом является относительная

дешевизна для пользователей. При наличии у туриста телефона или планшета с постоянным доступом к сети Интернет и специальным программным обеспечением он сможет получить больше информации о месте, в котором находится в режиме реального времени.

Повсеместное использование смартфонов и планшетов открывает неограниченные возможности маркетологам и руководителям туристских предприятий по продвижению своих продуктов и услуг. Гаджеты вмещают в себе одновременно несколько каналов коммуникации, через которые можно осуществлять двусторонний обмен информацией с потенциальными и реальными клиентами. Ключевым моментом является то, что в этом случае стираются барьеры геолокации, времени суток, возраста, пола и материального благополучия пользователя.

Туризм – одна из отраслей, где блокчейн-технология в нужных руках и с правильным подходом принесет ощутимую пользу обществу. Блокчейн – централизованная система дистрибуции туристских услуг. Использование блокчейн-технологии позволит создать платформу, управление которой доступно всем участникам, что даст возможность снизить цены на туристские услуги, так как не будет посредничества.



Рис. 3. Модель процесса регионального планирования развития туризма в цифровой среде (разработано авторами)

Несмотря на то что цифровые технологии внедряются повсеместно, они не приносят максимальных результатов, так как часто работы ведутся хаотично и бессистемно. Для более эффективного регионального планирования развития туризма в условиях цифровой экономики нами разработан комплекс мероприятий, позволяющих сделать процесс планирования системным (рис. 3).

Заключение

Результаты проведенного исследования подтверждают важность и необходимость

внедрения инструментов цифровой экономики в процесс планирования развития регионального туризма.

В условиях повсеместного внедрения цифровых технологий туристская деятельность становится все более технологичной, предпринимаются попытки создания цифровой экосистемы туристской индустрии, которая сможет объединить всех участников рынка. Внедрение цифровых технологий приводит к постоянной трансформации потребительского поведения. Для того чтобы удержать потребителя, необходимо посто-

янно совершенствовать бизнес-процессы организации, делать услуги максимально доступными и понятными. Инструменты цифровой экономики призваны упростить информационно-коммуникационный процесс между организацией и потребителем, сделать его автоматизированным, быстрым и познавательным, а также снизить стоимость туристских услуг за счет ухода от посредничества.

Список литературы

1. Акаткин Ю.М., Карпов О.Э., Конявский В.А., Ясиновская Е.Д. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли // Бизнес-информатика. 2017. № 4 (42). С. 17–28.
2. Вдовин С.А., Убоженко Е.В., Лобанова Е.И. Опыт, проблемы и перспективы стратегий развития цифровой экономики в России и за рубежом // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 1–1. С. 573–582.
3. Давиденко Л.М., Беспалый С.В., Бекниязова Д.С. Ресурсная парадигма построения промышленной экосистемы цифрового формата // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2020. № 1 (80). С. 58–68.
4. Кабалинский А.И., Рождественская И.А. Методология использования программно-целевых методов в планировании и управлении на региональном уровне // Актуальные проблемы и перспективы развития государственного управления: сборник научных статей по материалам ежегодной Международной научно-практической конференции / Под ред. С.Е. Прокофьева, О.В. Паниной, С.Г. Еремина. 2015. С. 178–181.
5. Макринова Е.И., Матузенко Е.В. Лид-магнит в системе рекламных digital-технологий: научно-методическое обоснование создания и эффективного применения в процессе повышения лояльности клиентов и увеличения продаж // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2019. № 5 (78). С. 146–158.
6. 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.
7. Тарасов И.В. Индустрия 4.0: понятие, концепции, тенденции // Стратегии бизнеса. 2018. № 6 (50). С. 57–63.
8. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/3b1AsVA1v3VziZip5VzAY8RTcLEbdCct.pdf> (дата обращения: 15.02.2020).
9. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ7rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 15.02.2020).