

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ)
доктор экономических наук, профессор; e-mail: recreachin@rambler.ru*

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ ТУРИЗМА

В настоящее время внедрение цифровых технологий в сфере туризма протекает активными темпами, что, в свою очередь, способствует развитию отечественного рынка онлайн-услуг. Предметом статьи является исследование направлений развития цифровой среды в туризме. Цель работы заключается в изучении роли цифровых технологий в улучшении качества туристских услуг. Цифровые технологии представляют ключевой драйвер в стратегии развития культуры и туризма городов, в которых большинство систем и объектов инфраструктуры управляется на основе инновационных программных решений, способствуя процессу развития устойчивых взаимосвязей туриста с урбанизированной средой, где возможно самостоятельное планирование своего путешествия. Несмотря на развитие рынка онлайн-продаж туристских услуг, крупные туроператоры в России не подвергаются риску, так как главным определяющим фактором при покупке тура остаётся цена, а пакетные туры туроператор способен предложить по минимальной стоимости для потребителя. В статье рассмотрено понятие цифровой активности субъектов индустрии туризма, связанной с уровнем активности внутренней и внешней цифровизации, степенью применения цифрового потенциала и цифровой устойчивости. Внедрение новых технологий находит своё отражение и в формировании комфортной городской среды, способствуя интенсификации продвижения услуг городского туризма. Для развития туризма в Российской Федерации на региональном уровне необходимо разрабатывать туристские продукты для их реализации в новой цифровой среде, раскрывая потенциал и возможности дестинаций.

Ключевые слова: *цифровые технологии, туризм, туристские услуги, онлайн-бронирование, мобильные приложения, цифровизация, цифровая активность*



Для цитирования: Оборин М.С. Направления развития цифровой среды туризма // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т.17. №1. С. 24–32. DOI: 10.5281/zenodo.7793265.

Дата поступления в редакцию: 3 сентября 2022 г.

Дата утверждения в печать: 15 марта 2023 г.

Matvey S. OBORIN

*Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University;
Perm State Agro-Technological University named after Academician D. N. Pryanishnikov (Perm, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID: 0000-0002-4281-8615*

DEVELOPMENT DIRECTIONS OF THE TOURISM DIGITAL ENVIRONMENT

Abstract. *Currently, the introduction of digital technologies in the field of tourism is proceeding at an active pace, which, in turn, contributes to the development of the domestic market of online services. The subject of the article is a study of the directions of development of the digital environment in tourism. The purpose of the work is to study the role of digital technologies in improving the quality of tourist services. Digital technologies represent a key driver in the strategy of culture and tourism development of cities in which most of the systems and infrastructure facilities are managed on the basis of innovative software solutions, contributing to the process of developing sustainable tourist relationships with the urbanized environment, where independent planning of their travel is possible. Despite the development of the market for online sales of tourist services, large tour operators in Russia are not at risk, since the price remains the main determining factor when buying a tour, and the tour operator is able to offer package tours at a minimum cost to the consumer. The article considers the concept of digital activity of tourism industry entities related to the level of activity of internal and external digitalization, the degree of application of digital potential and digital sustainability. The introduction of new technologies is reflected in the formation of a comfortable urban environment, contributing to the intensification of the promotion of urban tourism services. For the development of tourism in the Russian Federation at the regional level, it is necessary to develop tourist products for their implementation in a new digital environment, revealing the potential and possibilities of destinations.*

Keywords: *digital technologies, tourism, tourist services, online booking, mobile applications, digitalization, digital activity*



Citation: Oborin, M. S. (2023). Directions of development of the digital environment of tourism. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 17(1), 24–32. doi: 10.5281/zenodo.7793265. (In Russ.).

Article History

Received 3 September 2022
Accepted 15 March 2023

Disclosure statement

No potential conflict of interest
was reported by the author(s).



© 2023 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Индустрия туризма во всем мире подвержена глобальной трансформации, непосредственно связанной с развитием цифровых технологий. За последнее десятилетие цифровые технологии оказали значительное влияние на процесс анализа, оценки и бронирования туристических услуг. Цифровые технологии также представляют ключевой драйвер стратегии развития культуры и туризма городов, в которых большинство систем и объектов инфраструктуры автоматизированы.

Цифровые технологии в городской среде содействуют слиянию туриста с городским пространством, позволяют ему самостоятельно планировать путешествие, взаимодействовать с местным населением, независимо от места пребывания и уровня знания языка, принятого на данной территории, используя гарнитуру с синхронным переводом, консультироваться о национальных местных достопримечательностях и так далее [7].

Сегодня основные направления развития цифровой среды туризма базируются на следующем:

1. Каждый субъект, задействованный в индустрии туризма, старается удовлетворить потребности туриста с учётом его отдельных просьб и желаний, другими словами усиливается использование индивидуального подхода в данной отрасли. Аналитические данные позволяют субъектам туристической отрасли получать полноценную информацию о туристах, в результате чего они могут наиболее эффективно использовать индивидуальный подход и максимально удовлетворять потребности своих клиентов. Туристическим компаниям необходимо предугадывать потребности своих клиентов, видеть его сложности и помогать решать их, используя процесс анализа текущих данных, нацеленный на получение практически ценных аналитических сведений [4].

2. Непрерывное развитие мультимедийного контента и технологий. Ввиду того, что индустрия туризма начинает использовать новые подходы к продвижению туристических

услуг и технологических стандартов, активно развивается мультимедийный контент. Благодаря многообразию мультимедийного контента поставщики туристических услуг имеют все инструменты для индивидуализации услуг для каждого клиента. В сфере туристов растёт спрос на инновационные технологии в туризме, к примеру, такие, как *мобильный сервис «Тур Гид»*, благодаря которым путешествие насыщается новыми красками и впечатлениями.

Активное внедрение цифровых технологий в сферу туризма поможет туристам быстрее адаптироваться в процессе стандартных процедур в данной области. Такие процедуры могут представлять следующие направления: *онлайн-отслеживание багажа*, приложение по составлению плана путешествия и бронирования места проживания и других услуг [12].

3. Формирование взаимосвязанной системы информационных и коммуникативных технологий. Формирование умных городов – это направление, определяющее многосложность и растущий спрос потребителей в долгосрочной перспективе. Перспектива развития индустрии туризма напрямую зависит от доставки одного груза поэтапно несколькими видами транспорта и аналитических данных, что, несомненно, позволит значительно улучшить сервисный уровень с использованием персонифицированного подхода. Благодаря формированию и развитию взаимосвязанной системы информационных и коммуникативных технологий, представляющую умный город, эффективность развития индустрии туризма вырастет в разы и каждому туристу будет уделено максимальное внимание и качественное удовлетворение его потребностей.

Правительством Российской Федерации была утверждена стратегия развития туризма в России до 2035 года, где приоритетным направлением выделены цифровые технологии, к которым, прежде всего, относятся [13]:

- перевод в электронный формат всех государственных услуг, которые связаны с

индустрией туризма;

- работа со всеми субъектами, задействованными в туристической деятельности через электронный формат коммуникации;
- создание единой государственной информационной платформы, где размещена вся информация касательно туризма и сопредельных с ним отраслей с целью недопущения наличия разнородной и противоречащей информации, максимального использования цифровых технологий для более тесной коммуникации с бизнес-сообществом по планированию туристической деятельности.

Ключевую роль в эффективном развитии индустрии туризма играет создание оптимальных условий для формирования туристической экосистемы, которая объединит всех субъектов туристической деятельности на электронной информационной платформе, где они смогут обмениваться положительным опытом и практиками взаимодействия с туристами благодаря расширенной аналитике совместно с данными социальных платформ [2].

Благодаря технологическим инновациям появилась возможность передачи за рубежом большого объёма туристических услуг, представленных в цифровом формате. Также, поскольку благодаря цифровым технологиям отсутствует необходимость территориальной близости поставщика туристических услуг и клиента, снижаются коммуникационные и транзакционные издержки.

Ввиду того что в сфере туризма растёт уровень конкуренции за приобретение и привлечение каждого клиента, актуальность приобретает внедрение и использование автоматизированных систем управления гостиничными предприятиями [6].

При наличии очень больших наборов данных, которые сложно структурировать и модифицировать в текущем периоде, использование традиционных статистических методов становится неэффективным. Так, в целях совершенствования данного направления, с учётом отдалённости провайдера и клиента, необходимо использования современных технологических цифровых решений Big Data [10].

Большое значение имеет цифровизация отраслей хозяйственной деятельности, а также модернизация отраслевой структуры экономики, что способствует расширению рабочих мест, откроет возможности для внебюджетных источников финансирования, развития туристической строительной инфраструктуры и так далее [3].

Интегрированное виртуальное пространство способствует развитию образовательной системы, благодаря использованию сетевых сообществ, в которых взаимодействие протекает на основе общих интересов через такое цифровое технологическое решение, как интерактивное информационное взаимодействие.

На рис. 1 представлены основные направления цифровых решений в индустрии туризма.



Рис. 1 – Основные направления цифровизации в индустрии туризма (сост. по [12, 15])

Информационная коммуникационная платформа позволяет осуществлять деятельность по разработке разных блоков, сервисов и мобильных приложений, позволяющих реализовывать функции, направленные на развитие системы продвижения отечественного туристического продукта [1].

Наиболее приоритетными направлениями государственной стратегии развития цифровых технологий в рамках туристической деятельности являются:

- создание инновационной технологии продвижения через электронные платформы отечественного туристического продукта;
- внедрение и развитие сайтов с языковыми версиями для комфортного взаимодействия с любым туристом, информационных сервисов, сервисов навигации и самообслуживания, что позволит повысить качественные характеристики оказываемых услуг, их доступности и привлекательности [8];
- разработку электронной карты туриста, а также соответствующего международным стандартам мобильного приложения на территории нашей страны, где турист самостоятельно может выстраивать свой маршрут и пользоваться местной транспортной инфраструктурой, получать информацию о культурных событиях и мероприятиях места отдыха, получать скидки на разные экскурсии и прочее;
- обеспечение надёжности электронной системы мониторинга качества туристического сервиса, классификация по качественному уровню туристических услуг и объектов по регионам страны;
- создание оптимальных условий для проведения экскурсий, культурных программ для гостей зоны отдыха, развитая инфраструктура музеев и туристических маршрутов, также в режиме реального времени через цифровые платформы, с

использованием техники визуализации, виртуальности и так далее;

- создание и развитие сервисов дополненной реальности для процесса управления культурными и историческими объектами различных локаций, представляющих музеи, выставки, галереи и прочие, что повысит уровень привлекательности туристических объектов и потенциал использования туристических ресурсов [4];
- развитие системы открытых данных в туристическом секторе, что обеспечит надёжность и прозрачность работы управляющих систем, и расширение сервисных услуг по туризму;
- разработка электронных ресурсов по формированию пути перемещения туриста, покупке тура и места проживания;
- создание онлайн платформы для привлечения в индустрию туризма субъектов, работающих по форме занятости, таких, как экскурсоводы, инструкторы, проводники;
- разработку современных высокотехнологичных инструментов продвижения туристических продуктов и услуг, предназначенных для системы целенаправленных действий экскурсовода, фонограммы, используемой для самостоятельного ознакомления с экспозицией музея, выставки и прочими культурными и историческими объектами с функциями GPS-навигации и QR-кодов [5].

Развитие цифровых технологий в туристической городской среде основано на следующих ключевых направлениях:

- электронные площадки с алгоритмом обработки поведения пользователей в сети на основе больших данных;
- мобильные устройства для *синхронного перевода*;
- сервисы экономической модели, основанной на коллективном использовании товаров и услуг;

- интеллектуальные системы навигации в городской среде;
- бесплатный широкополосный доступ в Интернет в общественных местах;

– использование комплекса современных средств аудио- теле-, визуальных и виртуальных коммуникаций и разных гид-приложений в музеях (рис. 2).

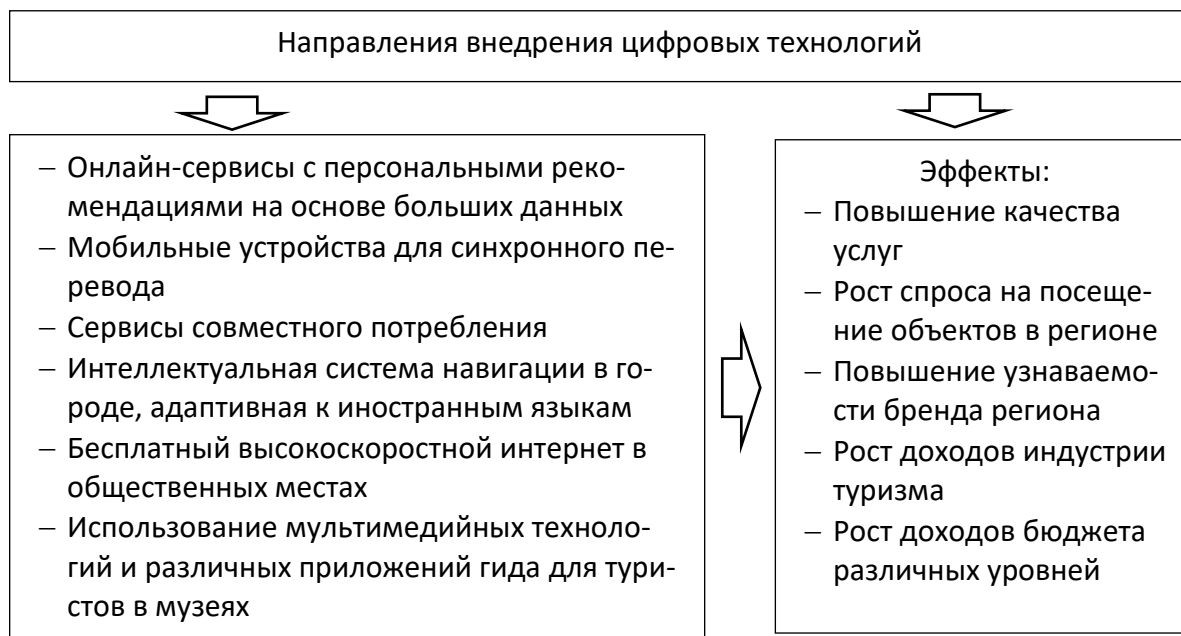


Рис. 2 – Направления внедрения цифровых технологий в туристическую городскую среду

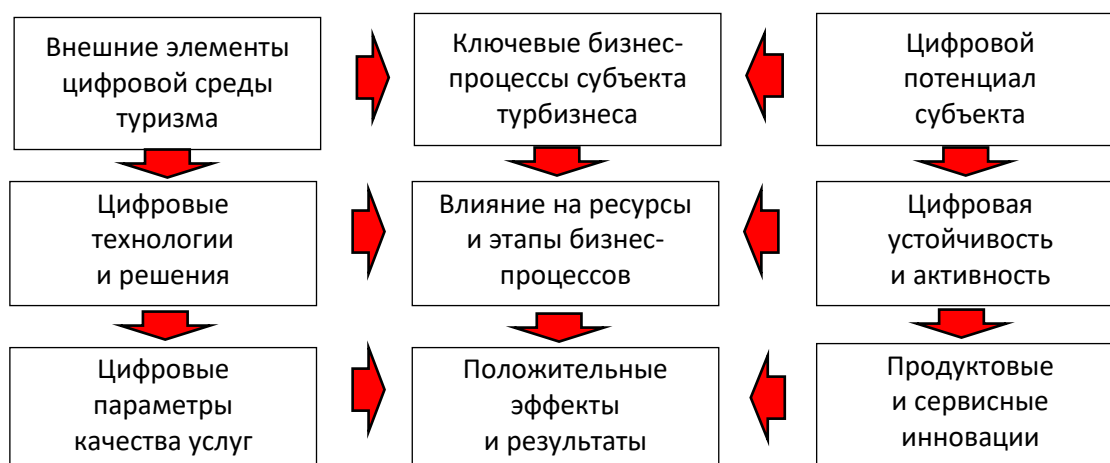


Рис. 3 – Процессный подход к формированию и развитию цифровой среды туризма

Показатели, представленные на рис. 3, более всего характеризуют процессы трансформации разных систем в рамках основных элементов и результатов цифровизации. Составляющие цифровой активности обычно преобразуются в категории цифрового потенциала и цифровой устойчивости туристического бизнеса, что позволяет достичь уровня

международных стандартов туристического сервиса.

Объем положительных показателей от внедрения цифровых технологий в сферу туризма определяется достижением целевых показателей в результате процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты бизнес-деятельности, с учётом технологических,

управленческих и социально-экономических направлений.

Процесс внедрения цифровых технологий в сферу туристической деятельности может быть представлен как совокупность внешних и внутренних действий, процессов, этапов, способствующих преобразованию цифрового потенциала в конкретные результаты и эффекты. Внешний формат реализации цифровых решений представлен в виде онлайн коммуникации туристов и туристических компаний, тогда как внутренний формат основан на отражении цифрового потенциала и использовании цифровых технологий в основных бизнес-процессах туристических компаний.

Реализации представленных показателей позволяет оценить уровень цифровой активности участников туристических отношений через расчёт результатов потенциальная возможность влиять на прибыль компании, путём изменения структуры себестоимости и объём производства, выражено в том, что рост каждого показателя приводит к наибольшему положительному эффекту общего уровня цифровой активности.

Таким образом, цифровая среда туризма должна основываться на принципах, наиболее отражающих цифровую активность, цифровой потенциал и цифровую устойчивость к факторам внешнего влияния, а именно:

- масштабная автоматизация всех отраслей и направлений туристической отрасли;
- независимый контроль всех систем производства и реализации туристического продукта;
- основные этапы реализации туристических услуг должны быть обеспечены деятельностью функциональных подразделений в едином формате, основанном на системе, действующей в реальном вре-

мени на электронной платформе с учётом возможности обратной связи.

В данном формате цифровая активность туристического сектора рассматривается, как краткая характеристика эффектов, возникающих в результате процессов цифровой трансформации, выраженная через уровень интенсивности внутренней и внешней цифровизации, степень использования цифрового потенциала и цифровую устойчивость.

Следовательно, развитие цифровой активности должно способствовать готовности к цифровым преобразованиям во всех бизнес-процессах туристической деятельности, возможности их стабильной реализации в практической части индустрии туризма, что представляет данную концепцию через цифровые составляющие, определяющие социально-экономическую эффективность всех сфер туристической деятельности.

Таким образом, в последние десятилетия туристическая отрасль в России и в мире формировалась под влиянием факторов, обусловленных развитием цифровых технологий. Активное развитие цифровых технологий в туристической среде подразумевает параллельное развитие субъектов туристической деятельности в рамках приобретения цифровых компетенций и навыков, адаптации к новым технологическим условиям, выработки новых способов коммуникации, взаимодействия и методов работы. Цифровые технологии кардинально изменили образ жизни, свободное время, досуг, мобильность и туризм во всех его проявлениях. Для развития туризма в Российской Федерации на региональном уровне необходимо разрабатывать туристские продукты для их реализации в новой цифровой среде, раскрывая потенциал и возможности дестинаций.

Список источников

1. Александрова Т.В. Цифровизация как современный тренд развития менеджмента производственных организаций // Вестник ЮУрГУ. Сер.: «Экономика и менеджмент». 2019. Т.13. №3. С. 137-144.
2. Вишневская Е.В., Климова ТБ. Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т3. №1. С. 22-33.
3. Воликов О.А., Долматова А.С. Роль инноваций в формировании стратегии организации туристской сферы // Карельский научный журнал. 2020. Т.9. №3(32). С. 123-126.
4. Волков С.К. Туризм как сектор креативной экономики // Креативная экономика. 2021. Т.15, №5. С. 2153-2162.
5. Игнатьев А.А. Инновации в туризме как эффективный метод повышения уровня конкурентоспособности туристского продукта // Горизонты экономики. 2017. №4(37). С. 28-35.
6. Коновалова Е.Е., Деменев А.В., Пышной А.А. Инновационные цифровые технологии управления доходами в гостиничном бизнесе // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. №2. С. 86-92.
7. Королева И.С., Вишневская Е.В. Анализ показателей развития цифровых сервисов в регионе (на примере г. Белгород) // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т.15. №2. С. 102-109.
8. Кузавко А.С. Анализ методик выявления закономерностей формирования и оценки бизнес-среды региона // Вопросы управления. 2019. №3. С. 129-139.
9. Морозова Н.С. Методологические подходы к изучению нишевых видов туризма и их роль в развитии туристских дестинаций // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15. №2. С. 19-26.
10. 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.
11. Перов Д.Р., Коновалова Е.Е. Развитие предприятий гостиничного бизнеса с использованием автоматизированных систем управления // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. №2. С. 133-138.
12. Ровинская Т. Роль новых цифровых технологий в период кризиса // Мировая экономика и международные отношения. 2021. Т.65. №6. С. 95-106.
13. Слинкова О.К. Агротуризм в системе мирового туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т3. №3. С. 74-82.
14. Шебзухова Т.А., Клименко И.С. Современные подходы при исследовании проблем подготовки кадров для туриндустрии // Курорты. Сервис. Туризм. 2019. №1(42). С. 40-43.

References

1. Alexandrova, T. V. (2019). Cifrovizaciya kak sovremennyy trend razvitiya menedzhmenta proizvodstvennyh organizacij [Digitalization as a modern trend in the development of management of industrial organizations]. *Vestnik YuUrGU. Seriya: «Ekonomika i menedzhment» [Bulletin of SUSU. Series: Economics and management]*, 13(3), 137-144. (In Russ.).
2. Vishnevskaya, E. V., & Klimova, T. B. (2017). Perspektivy razvitiya virtual'nogo informacionnogo prostranstva v turistskoj industrii [Prospects for the development of virtual information space in the tourism industry]. *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Scientific result. Business and service technologies]*, 3(1), 22-33. (In Russ.).
3. Volivok, O. A., & Dolmatova, A. S. (2020). Rol' innovacij v formirovanii strategii organizacii turistskoj sfery [The role of innovations in the formation of the strategy of the organization of the tourism sector]. *Karel'skij nauchnyj zhurnal [Karelian Scientific Journal]*, 9(3/32), 123-126. (In Russ.).

4. Volkov, S. K. (2021). Turizm kak sektor kreativnoj ekonomiki [Tourism as a sector of creative economy]. *Kreativnaya ekonomika [Creative Economy]*, 15(5), 2153-2162. (In Russ.).
5. Ignatiev, A. A. (2017). Innovacii v turizme kak effektivnyj metod povysheniya urovnya konkurentosposobnosti turistskogo produkta [Innovations in tourism as an effective method of increasing the level of competitiveness of a tourist product]. *Gorizonty ekonomiki [Horizons of Economics]*, 4(37), 28-35. (In Russ.).
6. Konovalova, E. E., Demenev, A. V., & Pyshnoy, A. A. (2019). Innovacionnye cifrovyte tekhnologii upravleniya dohodami v gostinichnom biznese [Innovative digital technologies of income management in the hotel business]. *Vestnik Associacii vuzov turizma i servisa [Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service]*, 2, 86-92. (In Russ.).
7. Koroleva, I. S., & Vishnevskaya, E. V. (2021). Analiz pokazatelej razvitiya cifrovyyh servisov v regione (na primere g. Belgorod) [Analysis of indicators of development of digital services in the region (on the example of Belgorod)]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 15(2), 102-109. (In Russ.).
8. Kuzavko, A. S. (2019). Analiz metodik vyavleniya zakonomernostej formirovaniya i ocenki biznes-sredy regiona [Analysis of methods for identifying patterns of formation and evaluation of the business environment of the region]. *Voprosy upravleniya [Management issues]*, 3, 129-139. (In Russ.).
9. Morozova, N. S. (2021). Metodologicheskie podhody k izucheniyu nishevyyh vidov turizma i ih rol' v razvitii turistskih destinacij [Methodological approaches to the study of niche types of tourism and their role in the development of tourist destinations]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma [Services and Tourism: Current Challenges]*, 15(2), 19-26. (In Russ.).
10. Parshin, V. Ya., & Parshina, M. V. (2019). Cifrovyte tekhnologii kak instrument, vliyayushchij na potrebitel'skij vybor v sfere turizma [Digital technologies as a tool influencing consumer choice in the field of tourism]. *Obrazovanie i nauka v Rossii i za rubezhom [Education and Science in Russia and Abroad]*, 2(50), 495-500. (In Russ.).
11. Perov, D. R., & Konovalova, E. E. (2019). Razvitie predpriyatij gostinichnogo biznesa s ispol'zovaniem avtomatizirovannyh sistem upravleniya [Development of hotel business enterprises using automated control systems]. *Vestnik Associacii vuzov turizma i servisa [Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service]*, 2, 133-138. (In Russ.).
12. Rovinskaya, T. (2021). Rol' novyyh cifrovyyh tekhnologij v period krizisa [The role of new digital technologies during the crisis]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya [World Economy and International Relations]*, 65(6), 95-106. (In Russ.).
13. Slinkova, O. K. (2017). Agroturizm v sisteme mirovogo turistskogo rynka [Agrotourism in the system of the world tourist market]. *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Scientific result. Business and service technologies]*, 3(3), 74-82. (In Russ.).
14. Shebzukhova, T. A., & Klimenko, I. S. (2019). Sovremennyye podhody pri issledovanii problem podgotovki kadrov dlya turindustrii [Modern approaches to the study of personnel training problems for the tourism industry]. *Kurorty. Servis. Turizm [Resorts. Service. Tourism]*, 1(42), 40-43. (In Russ.).