

УДК 338.12

Д. П. Мариенко

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: dpmarienko@fa.ru

С. В. Чернова

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: lana.chernova.98@list.ru

ПРОЦЕССЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, цифровизация, региональный туризм, бизнес-процессы.

В статье рассмотрены процессы цифровизации, цифровые технологии и инструменты, которые используются в туризме на региональном уровне, а также их влияние на туристскую отрасль. Выявлены направления цифровой трансформации туристской отрасли (внедрение туристских региональных платформ, использование big data, применение виртуальной реальности, систем управления PMS, применение искусственного интеллекта, систем онлайн бронирования и покупки, комплексные туристские приложения и т.д.) и их влияние на конкурентоспособность турпродукта на региональном уровне. Анализируется текущее состояние цифровизации туризма на региональном уровне, тенденции и особенности развития. Анализируется государственная стратегия развития процессов цифровизации в туризме, какие пути решения устанавливает стратегия, а также в каких направлениях будет проводиться развитие. Была проанализирована статистика цифровизации клиентского опыта в туризме в регионах Российской Федерации. Были систематизированы цифровые инструменты в туризме и создана их классификация, включающая как технологии клиентского пользования, так и технологии, используемые непосредственно организаторами туризма. На основе существующих инструментов цифровизации был выявлен алгоритм, способствующий более эффективному подбору цифровых инструментов для развития туризма на региональном уровне.

D. P. Marienko

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: dpmarienko@fa.ru

S. V. Chernova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: lana.chernova.98@list.ru

DIGITALIZATION PROCESSES IN TOURISM AT THE REGIONAL LEVEL

Keywords: digital economy, tourism, digitalization, regional tourism, business processes.

The article examines the processes of digitalization, digital technologies and tools that are used in tourism at the regional level, as well as their impact on the tourism industry. The directions of digital transformation of the tourism industry (the introduction of regional tourism platforms, the use of big data, the use of virtual reality, PMS management systems, the use of artificial intelligence, online booking and purchase systems, integrated travel applications, etc.) and their impact on the competitiveness of tourism products at the regional level are identified. The current state of digitalization of tourism at the regional level, trends and development features are analyzed. The state strategy for the development of digitalization processes in tourism is analyzed, which solutions are set by the strategy, as well as in which directions the development will be carried out. The statistics of digitalization of customer experience in tourism in the regions of the Russian Federation were analyzed. Digital tools in tourism have been systematized and their classification has been created, including both client-side technologies and technologies used directly by tourism organizers. Based on existing digitalization tools, an algorithm has been identified that facilitates a more efficient selection of digital tools for tourism development at the regional level.

Введение

В наше время цифровизация оказывает колоссальное влияние на экономику: благодаря технологиям обеспечивается круглосуточный доступ к рынкам, а также есть возможность проводить быстрые оплаты услуг и товаров. Особенно большое влияние цифровизация оказала на развитие туризма, упростив и сделав более надежными многие бизнес-процессы в нем: от бронирования отелей, до управления самими предприятиями с помощью информационных систем. Цифровизация в туризме представляет собой процессы внедрения и использования технологий для улучшения аспектов деятельности туристского бизнеса. Благодаря новым возможностям цифровые продукты в туризме – это не только онлайн-поиска тура, организации виртуальных экскурсий, но и специализированные инструменты управления ресурсами компании, а также программы онлайн-обучения и повышения квалификации работников сферы туризма [5, с.136].

Цифровые технологии обеспечивают не только более эффективное управление финансами туристского предприятия, но и помогают создать единую систему управления предприятием, которая дает возможность контролировать различные сферы деятельности туристским предприятием.

Цифровизация туризма на региональном уровне имеет свои особенности, например ориентацию на уникальные особенности региона, персонализированный опыт для туристов, повышение конкурентоспособности региона в туристской сфере и др. Цифровые технологии являются важными инструментами в достижении устойчивого развития региона, его экономики, социально-культурном развитии. Тем не менее, цифровизация в туризме на региональном уровне имеет ряд проблем, которые зависят от региона и его специфики. В связи с этим, использование тех или иных технологий может быть не так эффективно в развитии туризма на региональном уровне.

Целью исследования является изучение влияния цифровизации процессов в туризме и как процесс цифровизации отражается на туризме на региональном уровне, а также изучение особенностей и тенденции процесса цифровизации в сфере туризма на региональном уровне. Необходимо оценить влияние на конкурентоспособность регионального туристского продукта, а также

систематизировать и разработать классификацию инструментов цифровизации, выработать действия для успешного внедрения цифровых технологий в туризм на региональном уровне.

Материал и методы исследования

Различные аспекты поднятой темы рассматриваются в работах таких авторов, как: Морозов М.А. [3,4], Морозова Н.А. [4] и Мухоморова И.В. [5], а также нормативно-правовой документ «Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2023 года» [6]. Стоит отметить, цифровизация процессов в экономике – динамично развивающийся процесс, в связи с чем данный аспект требует дальнейшего изучения.

Используются такие методы исследования, как анализ существующих тенденций и процессов цифровизации, а также систематизация классификация используемых в туризме инструментов цифровизации.

Результаты исследования и их обсуждение

Цифровизация в современном мире стала не просто неотъемлемой частью развития экономики, образования и множества других сфер нашей жизни. Сегодня цифровизация в широком смысле и её инструменты не дополняют обычные физические технологии и системы, а полностью заменяют их, создавая совсем иные экономические, юридические и технические парадигмы.

Цифровизация в туризме выполняет несколько функций:

- Повышение доступности информации, легкость ее получения
- Упрощение процедуры бронирования и покупки
- Повышение качества обслуживания
- Содействие продвижению региона и др.

Для лучшего понимания проникновения цифровизации в сферу туризма, нужно выделить тенденции, которые существуют в туризме благодаря использованию цифровых технологий:

- Использование мобильных приложений (комплексных туристских приложений, дающих пользователям доступ к информации, картам, дестинациям и другим возможностям).
- Использование VR и AR (виртуальная и дополненная реальности дают возможность удаленного путешествия и др.).

• Использование big data (больших данных помогают хранить и анализировать большие объемы данных о путешествиях, туристах и т.д.) и другие тенденции.

Отдельно стоит обратить внимание на государственное регулирование и развитие вопроса цифровизации в туризме. Были созданы единые реестры субъектов туристского рынка (реестры гостиниц, горнолыжных трасс, туроператоров, экскурсоводов и другие), а также сервисы для взаимодействия предпринимателей и государства, напрямую не связанные с туризмом, но косвенно его затрагивающие [3].

В существующей Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года существует раздел, посвященный внедрению цифровых технологий, который содержит ключевые направления, признающиеся приоритетными. Стратегия развития туризма направлена на развитие туристской инфраструктуры не только в развитых курортах, но и создание новых точек притяжения туристов в регионах. Стратегия включает в себя ряд положений, которые направлены на развитие цифровых технологий в туризме на региональном уровне и не только. Они включают в себя [6, с. 49]:

- оказание государством услуг в сфере туризма и гостеприимства через электронные формы;
- создание системы электронного документооборота для предоставления отчетности субъектами туристского рынка;

• внедрение государственных информационных систем обеспечения туризма, консолидирующих все данные.

Акцентируя внимание на одной из мер, представленной в стратегии, а именно» Модернизация и развитие пользовательских интерфейсов и функций национального портала в сочетании с цифровизацией инструментов продвижения», стоит акцентировать внимание на туристских порталах регионов, так как часто туристы опираются именно на них в своих путешествиях и поиске информации. В 2021 году НИУ ВШЭ провели сравнение популярности туристских порталов регионов, в результате чего лидирующие позиции заняли Москва и Санкт-Петербург (рисунок 1), что также подкрепляет утверждение о том, чем больше турпоток, тем большее в регионе развито инфраструктура, соответственно, потребность в более качественном внедрении и ведении цифровых ресурсов выше. Стоит отдельно выделить туристский портал города Санкт-Петербурга, которые каждый год признается одним из лучших туристских порталов России. Он имеет наиболее полную информацию о городе, о его достопримечательностях, об особенностях транспорта, о местах питания, об актуальных событиях в городе. Напротив, на момент проведения исследования, туристских порталов вовсе не имели несколько регионов РФ: Еврейский автономный округ, Республика Марий Эл и др. [1].

Позиция в рейтинге	ПОРТАЛ	РЕЙТИНГ (R)	ОЦЕНКА (S)
1	г. Санкт-Петербург	33,4	56,6%
2	Московская область	29	49,2%
3	Федеральный охват - Национальный туристический портал https://russia.travel/ (Ростуризм России)	28	47,5%
4	Федеральный охват - RUSS PASS https://russpass.ru/ (Комитет по туризму г. Москвы)	27,8	47,1%
5	Новосибирская область	25,4	43,1%
6	Саратовская область	22	37,3%
7	Псковская область	21	35,6%
8	Алтайский край	18,1	30,7%
9	Тульская область	18	30,5%
10 – 11	Республика Бурятия	17,5	29,7%

Рис. 1. Топ 10 рейтинг цифровизации туристских порталов регионов России [1]

Как отмечают некоторые эксперты, сфера туризма и гостеприимства по своей сути изначально представляет экосистему, поскольку состоит, как указывалось выше, из нескольких взаимосвязанных сегментов [4]. Идея туризма как экосистемы фигурирует и в вышеназванной Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, и её реализация и поддержка в виде онлайн-платформы, объединяющей всех субъектов туристского рынка, определяется одной из важнейших задач для развития отрасли в целом. Для её выполнения также закреплены пути решения, которые должны значительно улучшить туристскую привлекательность туристских предприятий на региональном уровне, например [6, с. 41]:

- разработка рейтинга туристической привлекательности субъектов РФ и электронной системы оценки качества услуг;
- вовлечение самозанятых субъектов туристского рынка через электронную платформу;
- создание мультиязычной среды в отрасли, для роста привлекательности отрасли и качества обслуживания;
- использование искусственного интеллекта и технологии больших данных с целью формирования персонализированного продукта;
- внедрение электронной туристской карты гостя на территории России;
- внедрение технологий виртуальной реальности в процесс ознакомления с туристскими ресурсами страны и др.

Исходя из обозначенных инструментов достижения разносторонней цифровизации туризма и гостеприимства можно сделать вывод о том, что, во-первых, сфера цифровизации не испытывает дефицита внимания, и ей при отводится большая роль в развитии всей индустрии. Во-вторых, качество оказываемых услуг будет расти, как с точки зрения персонализации, так и безопасности, и ряда других показателей.

Цифровизация процессов, как было сказано ранее, оказывает большое влияние конкурентоспособность туристских регионов, предоставляя ряд преимуществ, таких как: повышение узнаваемости за счет возможности более эффективного продвижения турпродукта и формирования позитивного имиджа; улучшение качества обслуживания благодаря персонализации и оперативной реакции на возникшие проблемы; создание новых турпродуктов с использованием

цифровых технологий; привлечение ресурсов и инвестиций в регион для развития как туристской, так и экономической инфраструктуры.

Анализ существующего уровня цифровизации туризма позволяет выделить разнообразные инструменты, более или менее успешно реализуемые на региональном уровне. Внедрение новых цифровых решений, направленное на повышение доступности локальных туристских продуктов и улучшение предоставляемого сервиса, открывает ряд возможностей, описанных выше. Например, повышение информированности [2].

Благодаря существующему исследованию Фонда Сколково, можно увидеть уровень цифровизации ряда регионов РФ. Исследователями был выработан «индекс цифровизации клиентского опыта в туризме», который включает сравнение регионов по внедрению и различных технологий в пользование. Было проведено сравнение по 30 метрикам (что включает внедрение Big data, умный отель, NFT, туристские порталы, аренда и прокат транспорта и т.д.), по каждой из которых регионам были присвоены оценки от 0 до 4-х (рисунок 2). По результатам сравнения была создана таблица, согласно которой: Санкт-Петербург и Москва входят в первую десятку, первое место занимает Калининградская область, второе - Татарстан, а третье - Краснодарский край. Стоит отметить, что два последних места: 47 и 48 занимают Республики Саха и Кабардино-Балкария соответственно, что подкрепляет и вышеупомянутое исследование НИУ ВШЭ, согласно которому данные регионы не имеют своих туристских порталов, что значительно влияет и на цифровой клиентский опыт [7, с.13]. Еще раз подтверждая исследование НИУ ВШЭ, согласно данным Сколково, показатель Санкт-Петербурга в категории «туристский портал, соцсети» составляет 4 балла из 4, в отличие от Кабардино-Балкарии, у которой по этой категории лишь 2 балла из 4 [7, с.11].

Для осуществления успешного развития туризма на региональном уровне в Российской Федерации, необходимо грамотное применение цифровых технологий, которые должны быть актуальными для определенной территории. В связи с этим существует необходимость в классификации и систематизации инструментов цифровизации. Благодаря классификации можно упростить процесс планирования и реализации стратегий цифровизации.

№	Регион	Балл	№	Регион	Балл	№	Регион	Балл
1	Калининградская обл.	79	17	Московская обл.	64	33	Хакасия	60
2	Татарстан	77	18	Карелия	64	34	Тверская обл.	60
3	Краснодарский кр.	76	19	Тюменская обл.	64	35	Воронежская обл.	60
4	Ярославская обл.	75	20	Мурманская обл.	64	36	Владимирская обл.	59
5	С.Петербург	73	21	Новосибирская обл.	63	37	Калужская обл.	59
6	Москва	72	22	Башкортостан	63	38	ХМАО - Югра	59
7	Новгородская обл.	72	23	Ростовская обл.	63	39	Сахалинская обл.	59
8	Крым	70	24	Приморский кр.	63	40	Омская обл.	57
9	Саратовская обл.	69	25	Красноярский кр.	62	41	Нижегородская обл.	56
10	Камчатский кр.	68	26	Алтайский кр.	61	42	Белгородская обл.	56
11	Тульская обл.	67	27	Самарская обл.	61	43	Алтай	56
12	Волгоградская обл.	66	28	Иркутская обл.	61	44	Астраханская обл.	56
13	Челябинская обл.	65	29	Свердловская обл.	61	45	Хабаровский кр.	55
14	Кемерово – Кузбасс (область)	65	30	Бурятия	61	46	Псковская обл.	54
15	Ленинградская обл.	65	31	Пермский кр.	60	47	Саха (Якутия)	52
16	Ставропольский кр. (КавМинВоды)	64	32	Дагестан	60	48	Кабардино-Балкарская	52

Рис. 2. Суммарный индекс-рейтинг цифровизации по ряду регионов РФ [7]

Предлагаемая классификация инструментов цифровизации туризма на региональном уровне основывается не только на функциональном принципе, отражающем основные этапы взаимодействия с туристом, но и на критериях, связанных с целями использования (какие цели помогает достичь инструмент), типом данных (какие данные использует инструмент при работе) и технологической основой (какие технологии использует инструмент). Функциональный принцип является ядром классификации, отражая роль инструмента от первого привлечения внимания и формирования интереса к региону, и до формирования лояльности клиентов. Этот принцип позволит наиболее полно и систематично представить существующие инструменты цифровизации туризма на региональном уровне, облегчая их понимание, оценку и применение в практической деятельности. В соответствии с заданными критерием предлагается следующая классификация:

1. Инструменты привлечения и информирования туристов о существующих в регионе туристических продуктах и услугах (туристские порталы и сайты регионов (например, портал республики Карелия – Visit Karelia), использование социальных сетей, цифровые карты, онлайн реклама и т.д.). Анализ поведения пользователей на сайте (например, самые просматриваемые разделы, или время, проведенное на странице) позволяет оптимизировать контент и акцентировать внимание на определенных дестинациях региона, например, на набережной Калининграда.

2. Инструменты бронирования и заказа туристских услуг (онлайн платформы бронирования и покупки билетов (Tutu.ru, Ostrovok.ru и др.) и собственные онлайн платформы отелей и предприятий туризма, системы бронирования туров и экскурсий и др.). По данным аналитической компании Statista, онлайн бронирование жилья и билетов составляет около 60% от общего объема бронирований в сфере туризма в России, в связи с чем инструменты бронирования являются одними из самых востребованных инструментов.

3. Инструменты навигации туристов во время поездки (интерактивные карты (Яндекс. Карты, 2ГИС и т.д.) и GPS системы, аудиогиды и QR коды на территориях дестинаций и др.). Например, в Калининградской области представлены все вышеперечисленные интерактивные карты, в отличие от республики Крым, где многие GPS работают нестабильно.

4. Инструменты сбора и анализа данных о туристической активности в регионе (CRM системы, платформы аналитики (Google analytics и др.), сбор обратной связи и использование персональной информации, предоставленной клиентами). Так, Google analytics позволяет собирать данные о посещениях туристских порталов, НИУ ВШЭ выяснило, что в месяц у портала Московской области около 860 000 посещений [1].

5. Инструменты управления туристскими ресурсами (системы управления бизнесом PMS и RMS). Внедрение PMS в гостиничном комплексе сокращает время регистрации заезда и выезда примерно в два

раза, а также повышает эффективность работы персонала и увеличивает загрузку номерного фонда.

Таким образом, для достижения эффективности цифровизации процессов в туризме на региональном уровне необходимо придерживается алгоритма, который поможет достичь наиболее плодотворно использовать цифровые инструменты. Во-первых, выявить наиболее актуальные направления развития региона. Во-вторых, нужно оптимизировать процессы внедрения и использования технологий, основываясь на специфике целевой аудитории и особенностях региона. В-третьих, для определения успешности использования цифровой технологии, необходимо проводить анализ эффективности используемых стратегий. При необходимости разрабатывать но-

вые стратегии и решения чтобы достичь максимальной пользы.

Заключение

Подводя итог можно отметить, что цифровизация играет важную роль в развитии туризма на региональном уровне. Новые технологии позволяют персонализировать продукт, удовлетворяя больше потребностей туристов, что помогает формировать позитивный туристский имидж, хранить большие объемы данных и т.д. Стоит подчеркнуть, что процесс цифровизации туризма на региональном уровне активно развивается, но для более эффективного использования цифровых инструментов, необходимо проанализировать актуальные направления развития, и, основываясь на этом, использовать нужные цифровые инструменты.

Библиографический список

1. В НИУ ВШЭ оценили туристические порталы российских регионов // Daily.HSE [Электронный ресурс]. URL: <https://daily.hse.ru/post/v-niu-vshe-otsenili-turisticheskie-portaly-rossiyskih-regionov> (дата обращения: 25.02.2025).
2. Какие цифровые инструменты помогают развивать внутренний туризм в России // РБК. 2024. 29 марта [Электронный ресурс]. URL: <https://companies.rbc.ru/news/B5aeXWFy8F/kakie-tsifrovyye-instrumentyi-pomogayut-razvivat-vnutrennij-turizm-v-rossii/> (дата обращения: 13.02.2025).
3. Морозов М.А., Морозова Н.С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14, № 4. С. 27–36. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10402.
4. Морозов М.А., Морозова Н.С. Цифровая экосистема национального туризма и гостеприимства // Экономика и управление гостеприимством территории: Сборник материалов международной научно-практической конференции, Великий Новгород, 21 мая 2021 года / Под редакцией М.В. Кивариной, Н.Н. Юриной. Великий Новгород, 2021. С. 70-74.
5. Мухоморова И.В. Цифровизация и управление бизнес-процессами в сфере туризма и гостеприимства // Modern Economy Success. 2022. № 3. С. 136–138.
6. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201909240003> (дата обращения: 10.02.2025).
7. Стрелова О. Индекс цифровизации клиентского опыта DCI в туризме. М.: Фонд «Сколково», 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://disk.sk.ru/index.php/s/TTD5erOgZ5JPukW> (дата обращения: 26.02.2025).