

УДК 338.48
С. Ю. Цёхла¹
Е. В. Плугарь²

Цифровые сервисы в туризме: применение и перспективы

¹ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь

e-mail: s.tsohla@yandex.ru

²ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь

e-mail: elena.plugar@ya.ru

Аннотация. Рост туристского спроса по внутренним направлениям способствует развитию туристского предложения и обуславливает трансформации в процессах обслуживания. Цифровые сервисы способствуют расширению коммуникационных возможностей и доступа к сформированному предложению в сфере туризма, обладают определенными социальными и экономическими преимуществами электронных продаж и дают синергетический эффект для развития сферы туризма регионов и страны в целом. Перспективы цифровых сервисов в туризме связаны с дальнейшим внедрением сквозных технологий и совершенствованием процессов обслуживания туристов.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, цифровые трансформации, цифровые сервисы, электронные продажи

Введение

Туризм, как сфера экономической деятельности, подвергается действию политических, экономических и социальных вызовов, отражает современные тенденции и нацелен на перспективное развитие.

В настоящих условиях туризм рассматривают точкой роста экономики России и ее регионов. В дополнение к существенному экономическому эффекту взаимосвязанных отраслей, развитие туризма позволяет повышать социальный и культурный уровень населения страны, так как организует отдых для восстановления сил, укрепления здоровья и во время путешествий позволяет находиться на природе, расширять знания, знакомиться с достопримечательностями территорий.

По целевым показателям развития туризма в России число туристских поездок к 2035 году должно составлять 143,93 млн. чел. [1].

Для реализации поставленных задач ведется активная работа по выделенных направлениям (туриндустрия, гостеприимство, транспорт), а также по развитию инфраструктуры и сервиса.

В 2023 году, по заявлению министра экономического развития, внутренний турпоток в России уже составил 83 миллиона, в 2024 году «ожидается более 90 миллионов поездок», опережая целевые значения на 2025 год [2].

Внедрение цифровых технологий меняет туристическое обслуживание, способствует активному применению ИТ-решений, формирует новые тенденции развития туристской отрасли. В трендах развития актуальными определены не только «изменение спроса со стороны посетителей и устойчивый рост туризма», но и влияние «инновационных технологий и мобильность путешественников» [3].

«Повсеместное распространение цифровых сервисов и технологий, по мнению ученых, является актуальным направлением исследования и затрагивает необходимость оценки готовности (восприимчивости) бизнеса к изменениям» [4, с. 34].

«Сегодня цифровые сервисы и мобильные приложения сопровождают туристов на всех этапах путешествия», что делает их обязательными элементами современной туристической инфраструктуры [5, с. 6].

В условиях наблюдающегося роста спроса на туристические услуги актуальными становятся вопросы применения новых сервисов для туристов, удобных и полезных для реализации путешествий. Развитие новых сервисов способствует «переходу на экстерриториальный и бесконтактный принципы обслуживания» [6, с. 361].

Цель исследования – изучение направлений применения цифровых сервисов в туризме и перспектив влияния на развитие туристского рынка.

Материалы и методы

Использованные материалы включают опубликованные статьи научных изданий, в которых рассматриваются проблемы применения цифровых сервисов в сфере туризма, аналитические данные исследований рынка туристских услуг и индикаторов цифровой экономики в Российской Федерации, а также тематическую информацию, содержащуюся в Интернет-источниках.

Методология исследования базируется на теоретическом и сравнительном анализе, что позволило выстроить теоретическое осмысление направлений развития цифровизации в туризме, выполнить сравнение цифровых сервисов по сферам применения в туризме, анализ преимуществ для перспективного использования при совершенствовании процессов обслуживания туристов.

Результаты и обсуждение

В последние годы отмечается не только рост туристского спроса по внутренним направлениям, но и предпочтения путешественников самостоятельно планировать свои поездки, чему способствовали, безусловно, цифровые трансформации в социальной и экономической среде.

Объем европейского рынка онлайн-туризма, когда путешествия бронируются онлайн через веб-сайт или мобильное приложение, специализирующееся на организации поездок, оценивался в 82,5 млрд долл. США в 2023 году [7].

По имеющимся данным в России интернет-продажи туристических услуг в 2022 году составили 415,7 млрд руб., превысив предыдущий год на 18 %, и среди численности населения в возрасте 15-74 лет, заказывавшего товары и услуги онлайн, 14,8 % – это услуги, связанные с организацией путешествий [8; 9, с. 223].

По мнению исследователей, наибольший прирост числа пользователей онлайн-платформ в 2022 году зафиксирован у сервисов для бронирования отелей и апартаментов [10]. Электронные продажи в индустрии гостеприимства и общественного питания применяли 37,3% организаций, и эти масштабы увеличиваются ежегодно, а наиболее активно используются веб-сайты (27,9%),

мобильные приложения (14,7%) и маркетплейсы (12,2%), намного превышая средние значения (рис. 1).



Рис. 1. Использование каналов электронных продаж в организациях России в 2022 году, % от общего числа организаций
Составлено авторами по данным [9, с. 229]

Цифровые технологии, предоставляя доступ к необходимой и актуальной информации, сделали доступнее выбор, как предложения на любой бюджет поездки (транспорт, отели, операторы и др.), так и выгодных решений комфортно и интересно провести отдых (маршруты, экскурсионные программы, синхронизация действий, др.). В России также наблюдается «серьезный рост пользователей сервисов планирования путешествий», и по данным за 2023 год «почти 60% российских путешественников хотят сами организовать свой отпуск» [11].

Развитие цифровизации и цифровой среды включает цифровые сервисы. Цифровые сервисы в туризме создают возможность выбирать условия для отдыха, обеспечивают связь, логистику и удобства, как при планировании путешествия, так и на пути следования туристов. «Цифровые сервисы востребованы в сфере туризма и гостеприимства», о чем свидетельствует ежегодный прирост обращений потребителей туристских и сопутствующих услуг» [12, с. 116].

В российской и мировой практике существует множество популярных и удобных сервисов, которые помогают туристам организовать собственные путешествия и отдых (рис. 2).

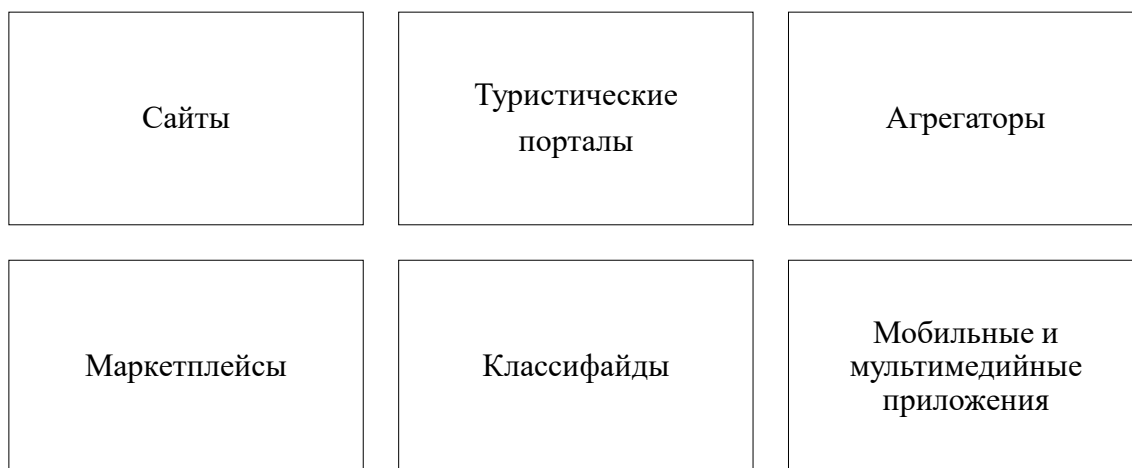


Рис. 2. Цифровые сервисы в туризме по типам
Составлено авторами

Сайты можно считать наиболее распространенным интернет-источником и важным сервисом, который содержит информацию о конкретном объекте, сгруппированную по определенным параметрам. Туристические сайты кроме описания, также могут содержать карты для формирования маршрутов следования к конкретному объекту и указатель/прогноз погоды на разные периоды. Дополнительная полезность такого сервиса – это возможность ознакомиться с размещенными отзывами туристов.

Туристические порталы, по мнению исследователей, являются «одним из самых популярных цифровых сервисов в туризме», которые представлены в цифровой среде как «официальные туристские порталы регионов, отдельных городов или достопримечательностей» [13, с. 308]. На порталах размещается информация по определенным событиям и местам, интересным для посещений или путешествий, широкий выбор готовых маршрутов и инфраструктурного сопровождения.

На сайтах-агрегаторах формируется онлайн доступ к выбору и покупке необходимых для туриста конкретных услуг, а также других дополнительных полезных/сопутствующих услуг. Так, при выборе билетов на транспорт для бронирования и/или покупки, можно сразу ознакомиться с предложением услуг по размещению в пунктах прибытия, дополнениями по трансферу, питанию, досугу.

Туристские маркетплейсы любого уровня (национального или регионального) не только содержат интересную и полезную для туристов информацию, но и возможность приобретать разнообразные турпродукты, другие услуги и товары. Исследователи высказывают мнение о необходимости «расширения сети туристских маркетплейсов [14, с. 725].

Классифайды, как цифровые платформы и интернет-площадки информации по продаже конкретных товаров/услуг, распространены с предложением по многим видам туризма. А с учетом сезонного спроса по определенным видам туризма на таких платформах активизируются продажи не только новых, но и повторных в использовании товаров. И есть мнения исследователей о том, что «индустрия туризма и гостеприимства, не просто принимает принципы шеринг-

экономики, а способствует их широкому распространению и развитию» [15, с. 240].

Мобильные и мультимедийные приложения используются для быстрого доступа к возможностям встроенных сервисов. Преимущества использования для туристов очевидны – установлены на мобильных устройствах, которые можно постоянно носить с собой и пользоваться в нужных обстоятельствах. Особенно востребованы картографические сервисы, геоинформационные системы, гиды-справочники, путеводители, переводчики, аудиогиды и др., сопровождающие и обеспечивающие уверенное перемещение туристов на маршрутах.

Цифровые сервисы применяют технологии визуализации, технологий виртуальной и дополненной реальности и др. для привлечения пользователей и предоставления характеристик туристского предложения. Важным условием использования цифровых сервисов, по мнению исследователей, является формирование доверия пользователей, а именно: «достаточная техническая оснащенность сервиса, уверенность пользователей в корректном использовании онлайн-сервисом персональной информации, убежденность в личной безопасности при использовании онлайн-сервиса» [16, с. 172].

Группировка наиболее востребованных сервисов по сферам применения в туризме приведена в таблице 1.

Таблица 1

Цифровые сервисы в туризме по сферам применения

Сферы применения	Решаемые задачи	Наиболее востребованные сервисы
Сервисы для подбора транспорта	Поиск приемлемых видов транспорта для путешествий	Сервисы приобретения билетов Сервисы для проката автомобилей
Дорожные сервисы	Обеспечение навигационного сопровождения на пути следования туристов	Сервисы навигации
Сервисы для планирования маршрутов	Составление региональных и межрегиональных маршрутов. Определение доступности объектов показа	Сервисы для выбора и бронирования экскурсий
Сервисы для поиска средств размещения	Поиск приемлемых видов размещения для отдыха в путешествии	Сервисы резервирования средств размещения Сервисы самообслуживания
Сервисы для подбора развлечений	Формирование программы отдыха	Сервисы аудио- и видеогидов

Составлено авторами

Указанные цифровые сервисы, по мнениям туристов, являются полезными и используются для получения преимуществ:

- экономических, в масштабах экономии денежных средств от получения выгодного выбора необходимых услуг и товаров, а также ресурсов, например, временных, при формировании решения и использовании подобранной информации;

- социальных, в процессах повышения информированности туристов, обмена впечатлениями; ведь чем больше туристов будет пользоваться

цифровыми сервисами, тем больше отзывов можно получить и в большей степени получится обеспечить туристов выбранными ими удобствами на отдыхе.

Такие и иные проявления от цифровых сервисов в целом дают синергетический эффект, как для развития сферы туризма, так и экономики страны, ее регионов.

По вопросам перспектив развития туризма и применения цифровых сервисов ученые и исследователи солидарны во мнении о необходимости формирования отраслевой экосистемы:

- объединяющей сервисы обеспечения продвижения туристского продукта [14, с. 725],

- использования апробированных вариантов, где «внутри экосистемы находится множество миниприложений: социальная сеть, мессенджер, обмен фото и видео, платежный сервис, транспортные услуги, маркетплейсы, новостные порталы и др.» [17, с. 18],

- и с предложением создавать экосистему туризма и гостеприимства «на принципах государственно-частного партнёрства» [18, с. 34].

Представление перспективного применения цифровых сервисов в туризме отражено на рис. 3.

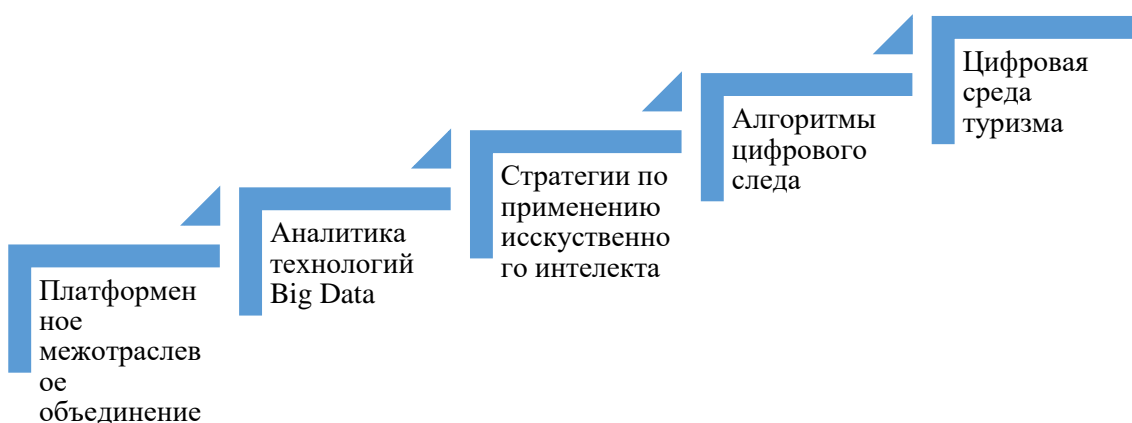


Рис. 3. Перспективы применения цифровых сервисов в туризме
Составлено авторами

Обозначенные перспективы цифровых сервисов в туризме связаны с дальнейшим внедрением сквозных технологий и совершенствованием процессов обслуживания. Платформенное межотраслевое объединение сервисов позволит предоставлять туристам онлайн на единых платформах многоплановую информацию для планирования и реализации путешествий, технологии Big Data будут расширять возможности инклюзивного обслуживания, стратегии искусственного интеллекта – обеспечивать подбор оптимальных вариантов по предпочтениям туристов, алгоритмы цифрового следа – поддерживать индивидуальное поведение и предпочтения в отдыхе.

Выводы

В настоящее время в туризме, как и во многих отраслях экономики, происходит активное внедрение цифровых технологий и широкое распространение цифровых сервисов. При этом в туризме возникают и новые возможности, связанные с меняющимися предпочтениями и спросом туристов, новыми моделями реализации туруслуг, что способствует дальнейшему развитию отраслевого рынка. Цифровые сервисы обеспечивают удобства и выгоды для туристов в организации и реализации поездок, позволяют повысить интерес к возможностям отдыха на разных территориях и познавательного досуга, тем самым могут содействовать развитию внутренних направлений для туризма. Перспективы цифровых сервисов в туризме определяются дальнейшим внедрением сквозных технологий и совершенствованием процессов обслуживания туристов.

В качестве направления для развития исследования авторами определено экономическое регулирование внедрения инновационных технологий в туризме при переходе к цифровой инфраструктуре.

Литература

1. Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)». Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 №872-р (ред. от 11.07.2019). [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/18eb24005fd062573c142fb7f98769137ce7d974/ (дата обращения: 19.06.2024 г.).
2. Сопещание с членами Правительства 4 июня 2024 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/74219> (дата обращения: 22.06.2024 г.).
3. Megatrends shaping the future of tourism / Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies> (дата обращения: 22.06.2024 г.).
4. Исаев М. Г. Роль цифровых сервисов и технологий для повышения эффективности бизнеса в цифровой среде // Военно-экономический вестник. 2023. № 2. С. 32-34.
5. Управление устойчивым развитием индустрии туризма и гостеприимства в цифровой среде: монография / Карлова А. И., Плугарь Е. В., Полищук Е. А., Почупайло О. Е., Резникова О. С., Скоробогатова Т. Н., Стахно Н. Д., Цёхла С. Ю. / Симферополь, 2023. 248 с.
6. Мальгина М. А., Махотенко М. А. Правовое регулирование развития цифровых сервисов и цифрового правосознания в сфере налоговых служб // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. 2020. № 1. С. 359-365.
7. Europe Online Travel Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). Mordor Intelligence. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-travel-market-in-europe> (дата обращения 02.07.2024).

8. Рынок онлайн-торговли вырос почти на треть по итогам 2022 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://quokka.media/novosti/internet-torgovlya/rynok-onlajn-torgovli-vyros-na-tret-v-2022/> (дата обращения 05.07.2024).
9. Индикаторы цифровой экономики: 2024: статистический сборник / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 276 с.
10. Названы наиболее популярные у россиян онлайн-сервисы для покупки путешествий в 2022 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://ratanews.ru/news/general/nazvany-naibolee-populiarnye-u-rossiian-onlain-servisy-dlia-pokupki-putesestvii-v-2022-godu> (дата обращения 07.07.2024).
11. Больше половины туристов хотят сами организовать путешествие. Исследование НАФИ. 27.06.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://nafi.ru/analytics/bolshe-pолоviny-rossiyskikh-turistov-khotyat-sami-organizovat-puteshestvie/> (дата обращения 05.07.2024).
12. Полухина А. Н. Финансовые инновации в сфере туризма: цифровые сервисы и экосистемы // Инновационное развитие экономики. 2023. № 5 (77). С. 116-125.
13. Танина А. В. Цифровые сервисы как направление цифровизации в туризме // В сборнике: Новеллы права, экономики и управления 2021. Сборник научных трудов по материалам VII международной научно-практической конференции. Гатчина, 26-27 ноября 2021 года. Гатчина: Издательство: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2022. С. 308-313.
14. Богомазова И. В., Климова Т. Б. Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма // Экономика. Информатика. 2022. Т. 49. № 4. С. 718-730.
15. Климова Т. Б., Богомазова И. В., Аноприева Е. В. Шеринг-экономика в индустрии туризма и гостеприимства: новые тренды и тенденции // Научные ведомости. Серия: Экономика. Информатика. 2019. Том 46, № 2. С. 238-247.
16. Тункевичус Э. О., Ребязина В. А. Многомерная модель формирования цифрового доверия пользователей цифровых сервисов: результаты эмпирического исследования // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2023. № 4. С. 165-200.
17. Платформенная экономика в России: потенциал развития: аналитический доклад / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, А. В. Демьянова и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Б. М. Глазкова, П. Б. Рудника, Г. И. Абдрахмановой. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. 72 с.
18. Морозов М. А., Морозова Н. С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. 4 (14). С. 27-36.

S. Y. Tsohla,
E. V. Plugar

Digital services in tourism: application and prospects

¹V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol
e-mail: s.tsohla@yandex.ru

²V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol
e-mail: elena.plugar@ya.ru

Abstract. *The growth of tourist attention in external destinations contributes to the development of tourism offers and causes changes in service processes. Digital services provide expanded communication capabilities and access to established offers in the field of tourism, have the advantages of electronic sales and provide a synergistic effect for the development of tourism in regions and countries as a whole. Prospects for digital services in tourism with the further introduction of end-to-end technologies and improvement of tourist service processes. The growth of tourist attention in external destinations contributes to the development of tourism offers and causes changes in service processes. Digital services provide expanded communication capabilities and access to established offers in the field of tourism, have the advantages of electronic sales and provide a synergistic effect for the development of tourism in regions and countries as a whole. Prospects for digital services in tourism with the further introduction of end-to-end technologies and improvement of tourist service processes.*

Keywords: *tourism, digital technologies, digital transformations, digital services, electronic sales*

References

1. Ob utverzhdenii Konceptcii federal'noj celevoj programmy «Razvitie vnutrennego i v"ezdnoogo turizma v Rossijskoj Federacii (2019-2025 gody)». Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 05.05.2018 №872-r (red. ot 11.07.2019). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/18eb24005fd062573c142fb7f98769137ce7d974/ (data obrashcheniya: 19.06.2024 g.).
2. Soveshchanie s chlenami Pravitel'stva 4 iyunya 2024 goda.. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/74219> (data obrashcheniya: 22.06.2024 g.).
3. Megatrends shaping the future of tourism / Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies> (data obrashcheniya: 22.06.2024 g.).
4. Isaev M. G. Rol' cifrovyyh servisov i tekhnologij dlya povysheniya effektivnosti biznesa v cifrovoj srede // Voenno-ekonomicheskij vestnik. 2023. № 2. S. 32-34.
5. Upravlenie ustojchivym razvitiem industrii turizma i gostepriimstva v cifrovoj srede: monografiya / Karlova A. I., Plugar' E. V., Polishchuk E. A., Pochupajlo O. E., Reznikova O. S., Skorobogatova T. N., Stahno N. D., Cyohla S. YU. / Simferopol', 2023. 248 s.
6. Mal'gina M. A., Mahotenko M. A. Pravovoe regulirovanie razvitiya cifrovyyh servisov i cifrovogo pravosoznaniya v sfere nalogovyh sluzhb // Intellektual'nye resursy - regional'nomu razvitiyu. 2020. № 1. S. 359-365.
7. Europe Online Travel Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). Mordor Intelligence.. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-travel-market-in-europe> (data obrashcheniya 02.07.2024).
8. Rynok onlajn-torgovli vyros pochti na tret' po itogam 2022 goda.. URL: <https://quokka.media/novosti/internet-torgovlya/rynok-onlajn-torgovli-vyros-na-tret-v-2022/> (data obrashcheniya 05.07.2024).

9. Indikatory cifrovoj ekonomiki: 2024: statisticheskij sbornik / V. L. Abashkin, G. I. Abdrahmanova, K. O. Vishnevskij, L. M. Gohberg i dr. M.: ISIEZ VSHE, 2024. 276 s.
10. Nazvany naibolee populyarnye u rossiiyan onlajn-servisy dlya pokupki puteshestvij v 2022 godu.. URL: <https://ratanews.ru/news/general/nazvany-naibolee-populyarnye-u-rossiiyan-onlain-servisy-dlia-pokupki-putesestvii-v-2022-godu> (data obrashcheniya 07.07.2024).
11. Bol'she poloviny turistov hotyat sami organizovat' puteshestvie. Issledovanie NAFI. 27.06.2023.. URL: <https://nafi.ru/analytics/bolshe-poloviny-rossiyskikh-turistov-khotyat-sami-organizovat-puteshestvie/> (data obrashcheniya 05.07.2024).
12. Poluhina A. N. Finansovyje innovacii v sfere turizma: cifrovye servisy i ekosistemy // Innovacionnoe razvitie ekonomiki. 2023. № 5 (77). S. 116-125.
13. Tanina A. V. Cifrovye servisy kak napravlenie cifrovizacii v turizme // V sbornike: Novelly prava, ekonomiki i upravleniya 2021. Sbornik nauchnyh trudov po materialam VII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Gatchina, 26-27 noyabrya 2021 goda. Gatchina: Izdatel'stvo: Gosudarstvennyj institut ekonomiki, finansov, prava i tekhnologij, 2022. S. 308-313.
14. Bogomazova I. V., Klimova T. B. Cifrovye servisy i turistskaya ekosistema v razvitii vnutrennego turizma // Ekonomika. Informatika. 2022. T. 49. № 4. S. 718-730.
15. Klimova T. B., Bogomazova I. V., Anoprieva E. V. S Hering-ekonomika v industrii turizma i gostepriimstva: novye trendy i tendencii // Nauchnye vedomosti. Seriya: Ekonomika. Informatika. 2019. Tom 46, № 2. S. 238-247.
16. Tunkevichus E. O., Rebyazina V. A. Mnogomernaya model' formirovaniya cifrovogo doveriya pol'zovatelej cifrovyh servisov: rezul'taty empiricheskogo issledovaniya // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika. 2023. № 4. S. 165-200.
17. Platformennaya ekonomika v Rossii: potencial razvitiya: analiticheskij doklad / G. I. Abdrahmanova, L. M. Gohberg, A. V. Dem'yanova i dr.; pod red. L. M. Gohberga, B. M. Glazkova, P. B. Rudnika, G. I. Abdrahmanovoj. M.: ISIEZ VSHE, 2023. 72 s.
18. Morozov M. A., Morozova N. S. Konceptsiya cifrovoj ekosistemy industrii turizma i gostepriimstva // Sovremennye problemy servisa i turizma. 2020. 4 (14). S. 27-36.

Поступила в редакцию 15.09.2024 г.