

УДК 338.12

Е. А. Полищук<sup>1</sup>  
Д. Е. Почупайло<sup>2</sup>

**Отечественные практики  
трансформации цифровой среды в  
деятельность организаций сферы  
гостеприимства**

<sup>1</sup>ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Республика Крым, Российская Федерация  
*e-mail: pea.zni@mail.ru*

<sup>2</sup>ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Республика Крым, Российская Федерация  
*e-mail: estrelldado@gmail.com*

**Аннотация.** Проведенное исследование позволило выделить базовые отечественные практики трансформации цифровой среды в деятельность организаций сферы гостеприимства, учитывая объективные цифровые индикаторы (внедрение цифровых технологий, использование цифровых технологий и др.). Установлено, что цифровые технологии играют значимую роль в деятельности современных организаций сферы гостеприимства, среди которых можно выделить веб-сайты, учетные системы, в особенности CRM, социальные сети, мобильные приложения и другие.

**Ключевые слова:** трансформация, цифровая среда, организация сферы гостеприимства, цифровые технологии, цифровые инструменты, облачные сервисы, большие данные, электронные продажи, социальные сети.

### Введение

В настоящее время цифровая среда играет ключевую роль в развитии современного общества и экономики, она открывает новые возможности для становления различных сфер деятельности, в том числе сферы гостеприимства, позволяя повысить эффективность, скорость и качество предоставления основных и дополнительных услуг, а также расширяя доступ к необходимой информации. Кроме того, цифровая среда способствует развитию инноваций в сфере гостеприимства, стимулирует ее экономический рост.

В условиях активного развития цифровизации именно развитие цифровой среды относится к основополагающему фактору конкурентоспособности и устойчивого развития организаций сферы гостеприимства, поэтому понимание процесса трансформации цифровой среды в деятельность организаций сферы гостеприимства является важным для успешной адаптации и эффективного развития цифровых технологий.

На практике цифровая среда в сфере гостеприимства представляет собой совокупность цифровых технологий, инфраструктуры и данных, которые обеспечивают взаимодействие и обмен информацией в цифровом формате. Это среда, в которой происходит создание, хранение, обработка и передача цифровой информации с использованием компьютерных и телекоммуникационных систем [1].

В «Стратегии развития туризма Российской Федерации на период до 2035 года» предусмотрено создание условий для формирования цифровой среды, инфраструктуры и сервисов, создания маркетплейса организаций сферы гостеприимства по предоставлению информации, бронированию и реализации основных и дополнительных услуг и других продуктов, позволяющей объединить значительное количество участников сферы гостеприимства [2].

Следует отметить, что направления развития цифровой среды в сфере гостеприимства учитывают поддержку развития как уже существующих условий для возникновения прорывных и перспективных сквозных цифровых платформ и технологий, так и создание условий для возникновения новых видов (компонент) таких платформ и технологий.

Цель настоящего исследования заключается в изучении отечественных практик трансформации цифровой среды в деятельность организаций сферы гостеприимства.

### **Материалы и методы**

Данное исследование основано на использовании и анализе информации, содержащейся в нормативно-правовых актах Российской Федерации, опубликованной национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики», в частности институтом статистических исследований и экономики знаний, Министерском цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, Федеральной службой государственной статистики (Росстат), а также исследованиях современных ученых, имеющих непосредственное отношение к рассматриваемому вопросу.

Инструментально-методическую основу исследования обеспечили следующие методы: метод обобщений (при универсализации основных положений, которые ориентированы на исследуемый процесс трансформации); сравнительно-аналитический (изучение и анализ базовых цифровых индикаторов в процессе оценивания трансформации цифровой среды в деятельность организаций сферы гостеприимства); процессный (обеспечение единства направлений усилий соответствующих органов государственной власти в процессе управления цифровой экономикой и развитием туризма Российской Федерации) и другие.

### **Результаты и обсуждение**

В настоящее время организации сферы гостеприимства подвержены трансформации, непосредственно связанной с развитием цифровой среды, состоящей из различного рода цифровых технологий, программного обеспечения, его адаптации, облачных сервисов и источников больших данных, создающих благоприятные условия для оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности в деятельности исследуемых организаций.

Выделяют семь основных положений, которые ориентированы на исследуемый процесс трансформации [3, 4, 5, 6, 7]:

1. Увеличение производительности и эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства (ускорение процессов благодаря цифровизации, исключению человеческого труда и более эффективному управлению данными).

2. Улучшение качества основных и дополнительных услуг (применение цифровых инструментов и технологий позволяет повысить качество обслуживания потребителей (гостей, клиентов)).

3. Сокращение затрат (применение цифровых инструментов и технологий позволяет снизить затраты на производство, обслуживание потребителей (гостей, клиентов) и управление организацией сферы гостеприимства).

4. Увеличение уровня конкурентоспособности организаций сферы гостеприимства (применение цифровых инструментов и технологий дает возможность организациям сферы гостеприимства повысить уровень конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг).

5. Улучшение коммуникации и взаимодействия между сотрудниками отдельных служб организаций сферы гостеприимства (применение цифровых инструментов и технологий позволяет улучшить процесс коммуникации не только между отдельными категориями сотрудников, но и целыми службами организации сферы гостеприимства).

6. Автоматизация бизнес-процессов управления организациями сферы гостеприимства (применение цифровых инструментов и технологий позволяет автоматизировать ключевые бизнес-процессы управления организациями сферы гостеприимства).

7. Сбор и анализ данных организаций сферы гостеприимства (применение цифровых инструментов и технологий дает возможность собирать и анализировать большое количество данных (Big Data)).

Осуществим оценку трансформации цифровой среды в деятельность организаций сферы гостеприимства, учитывая следующие объективные цифровые индикаторы [8, 9]:

1. Внедрение цифровых технологий в сферу гостеприимства, %.

2. Внутренние затраты организаций на внедрение и использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг, млрд рублей.

3. Приобретение программного обеспечения, его адаптация и доработка, млрд рублей.

4. Использование цифровых технологий в организациях, %.

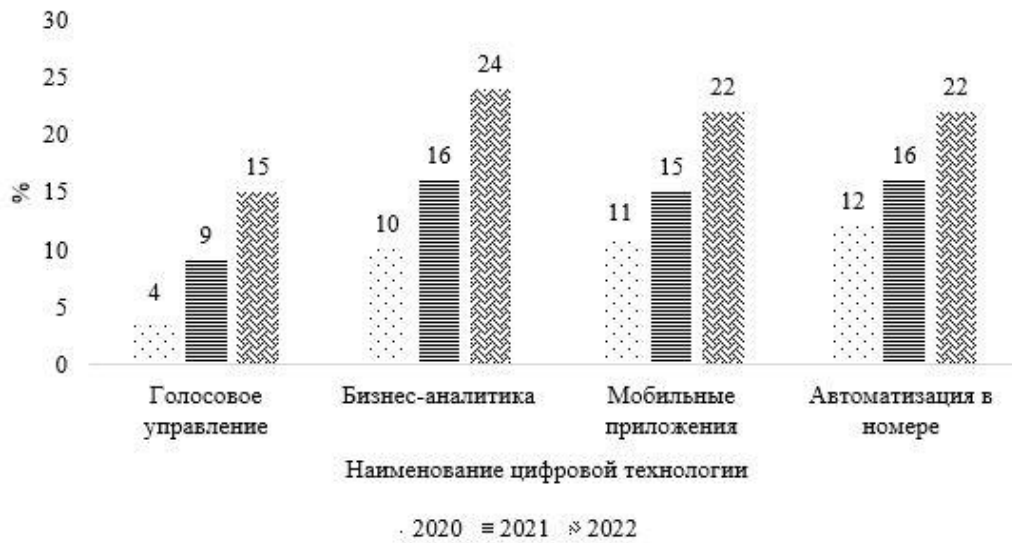
5. Использование облачных сервисов в организациях, %.

6. Источники больших данных, используемых в организациях, %.

7. Использование каналов электронных продаж в организациях, %.

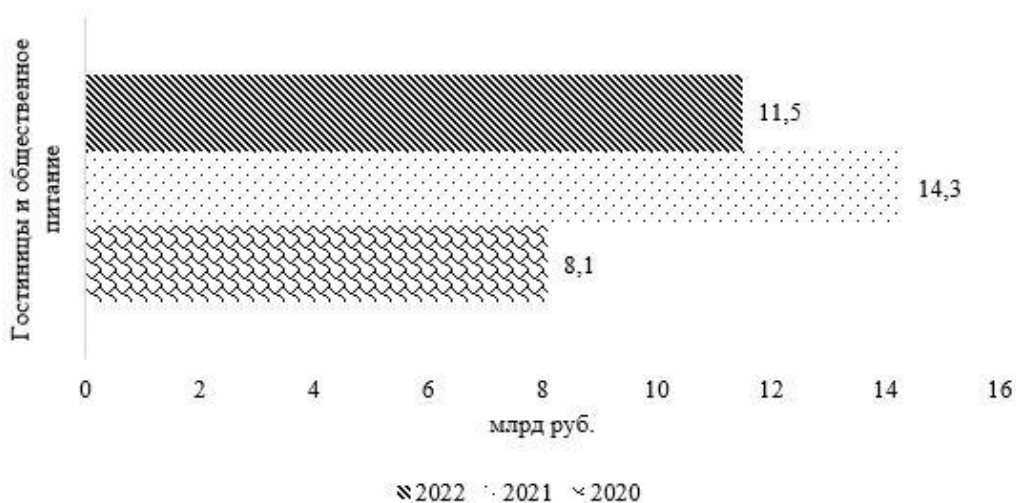
За последние годы в Российской Федерации внедрение цифровых технологий в деятельность организаций сферы гостеприимства набирает обороты, при этом как крупные, так и небольшие организации сферы гостеприимства заинтересованы в данном процессе для удержания постоянных и привлечения новых потребителей (рис. 1).

Анализ данных рисунка позволил заключить, что за исследуемый период выделенные цифровые технологии активно внедряются в деятельность организаций исследуемой сферы: в среднем рост внедрения выделенных цифровых технологий с 2020 года произошел на 11%.



**Рис.1.** Внедрение цифровых технологий в сферу гостеприимства Российской Федерации, %  
Составлено по [8, 9]

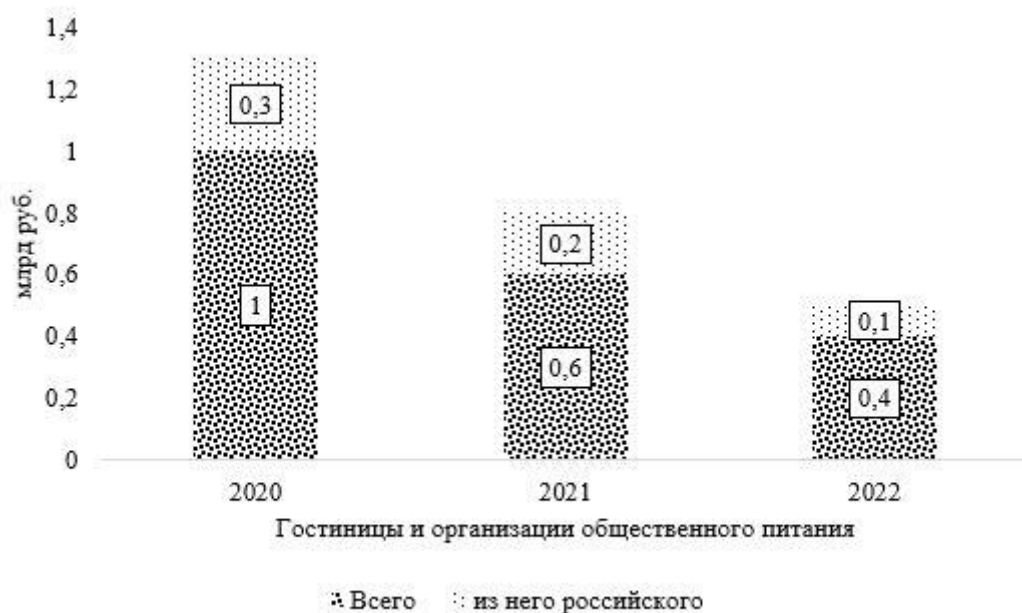
На рисунке 2 представлена информация по сумме внутренних затрат организаций (с учетом официальных данных, опубликованных Федеральной службой государственной статистики (Росстат) и НИУ «Высшая школа экономики», выделен совокупный вид экономической деятельности, который относят к сфере гостеприимства – «Гостиницы и общественное питание») на внедрение и использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг в период с 2020 по 2022 гг.



**Рис.2.** Внутренние затраты организаций на внедрение и использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг, млрд руб.  
Составлено по [8, 9]

На основании представленного материала в период с 2020 по 2021 гг. в Российской Федерации увеличилась сумма внутренних затрат (на 6,2 млрд рублей) гостиниц и организаций общественного на внедрение и использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг, при этом в период с 2021 по 2022 гг. наблюдается их сокращение на 2,8 млрд рублей.

Что касается цифрового индикатора «Приобретение программного обеспечения, его адаптация и доработка», ситуация за анализируемый период в исследуемой сфере выглядит следующим образом (рис. 3).

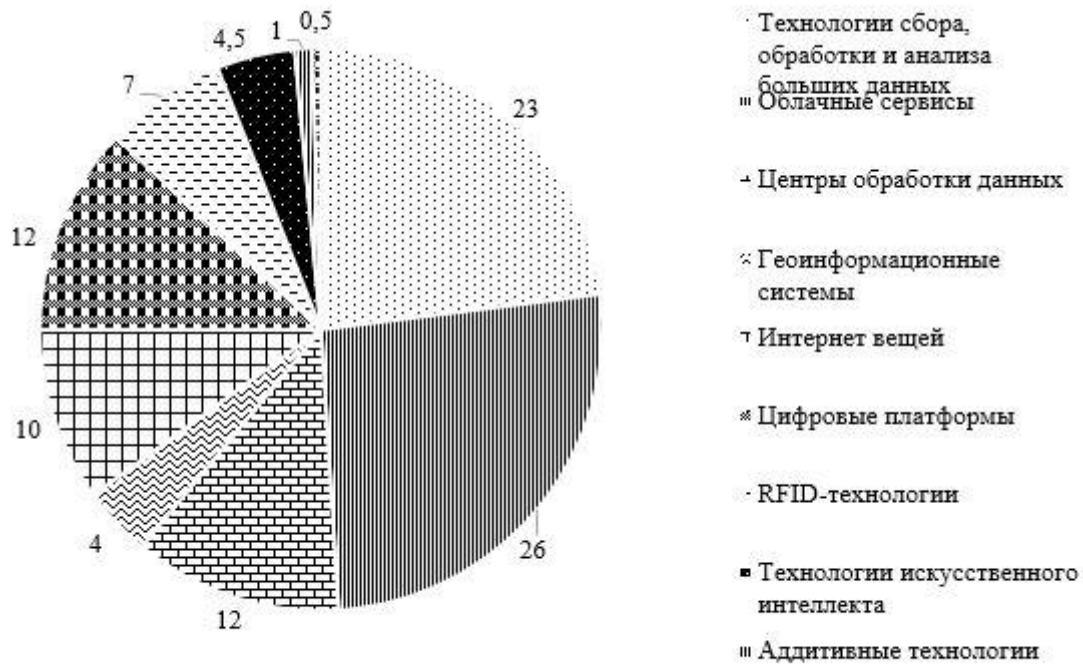


**Рис.3.** Приобретение программного обеспечения, его адаптация и доработка, млрд рублей  
Составлено по [8, 9]

Согласно данным рисунка отечественные средства размещения (гостиницы) и организации общественного питания сократили суммы затрат на приобретение программного обеспечения, его адаптацию и доработку за исследуемый период на 0,6 млрд рублей, в том числе российского – на 0,2 млрд рублей.

Использование цифровых технологий в организациях сферы гостеприимства (в % от общего числа организаций) представлено на рисунке 4.

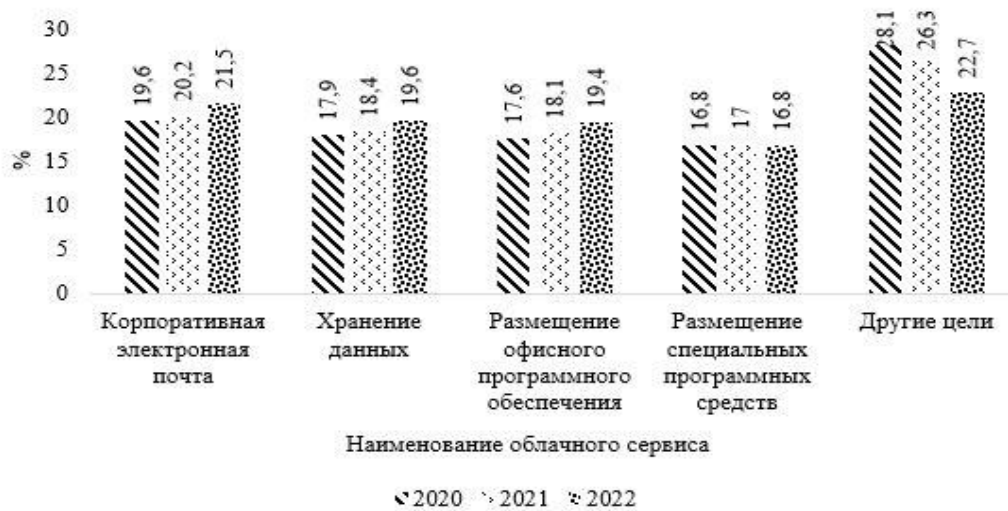
Согласно данным рисунка наибольшая доля цифровых технологий, которые активно используют в своей деятельности организации сферы гостеприимства, принадлежит облачным сервисам – 26%, технологиям сбора, обработки и анализа больших данных (Big Data) – 23%, цифровым платформам – 12%, Интернету вещей – 10%.



**Рис.4.** Использование цифровых технологий в организациях сферы гостеприимства, %  
Составлено по [8, 9]

В свою очередь, наименьшая доля принадлежит аддитивным технологиям – 1%, технологии «цифровой двойник» – 0,5%.

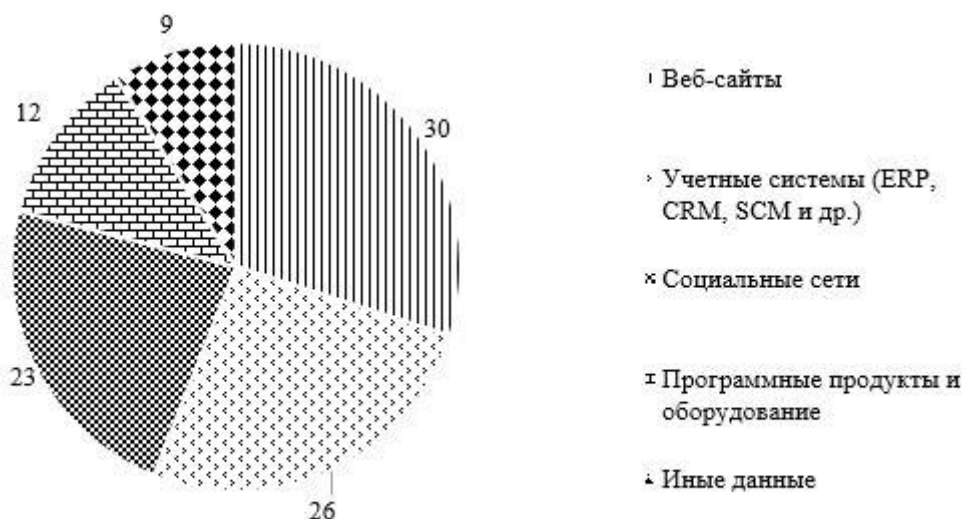
По причине того, что в развитии цифровой среды организаций сферы гостеприимства значительную долю занимают облачные сервисы (26%), рассмотрим основные цели их использования в деятельности исследуемых организаций (рис. 5).



**Рис.5.** Использование облачных сервисов организациями сферы гостеприимства, %  
Составлено по [8, 9]

Согласно данным рисунка отечественные организации сферы гостеприимства активно используют в разных целях облачные сервисы в своей деятельности, доля которых за исследуемый период увеличивается, исключением являются только размещение специальных программных средств, доля которых в 2022 году сократилась в сравнении с 2021 годом на 0,2%.

В процессе трансформации цифровой среды в деятельность организаций сферы гостеприимства важное значение занимают источники больших данных (Big Data), используемых в исследуемых организациях (рис. 6).

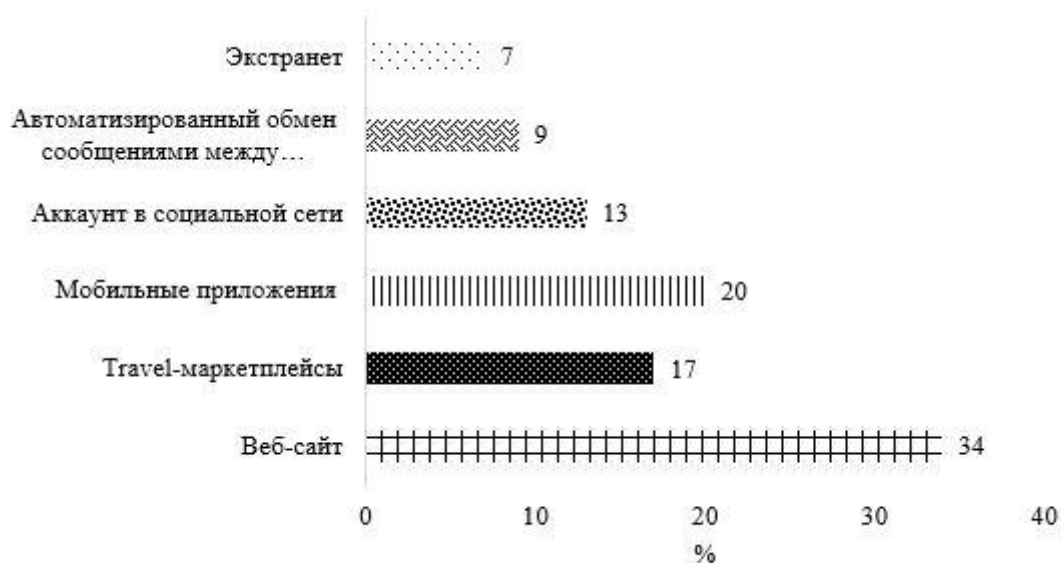


**Рис.6.** Источники больших данных, используемых в организациях сферы гостеприимства, %  
Составлено по [8, 9]

Анализ рисунка позволил заключить, что к наиболее популярным в современных условиях развития большим данным, которые активно используются отечественными средствами размещения (гостиницами) и организациями общественного питания следует отнести веб-сайты – 30%, учетные системы, в особенности CRM (управление взаимоотношениями с потребителями (гостями, клиентами)), – 26%, а также социальные сети (ВКонтакте, Telegram и др.) – 23%.

Достаточно сильное влияние в процессе трансформации в деятельность организаций сферы гостеприимства оказывает электронная коммерция, в частности использование каналов продаж (рис. 7).

Данные рисунка позволили сделать вывод о том, что среди наиболее популярных каналов электронных продаж в организациях сферы гостеприимства можно выделить: веб-сайты – 34%, мобильные приложения – 20%, различные travel-маркетплейсы – 17%, наименьшая доля представлена каналом экстранет, представляющим собой локальную сеть, предоставленную организацией сферы гостеприимства внешним пользователям – 7%.



**Рис.7.** Использование каналов электронных продаж в организациях, %  
*Составлено по [8, 9]*

Следует отметить, что электронные продажи в организациях сферы гостеприимства стремительно растут, так, например, в 2022 году они увеличились в сравнении с 2020 годом на 20% [8, 9].

### Выводы

Проведенное исследование позволило заключить, что цифровые технологии играют значимую роль в деятельности современных организаций сферы гостеприимства, среди которых можно выделить веб-сайты, учетные системы, в особенности CRM (управление взаимоотношениями с потребителями (гостями, клиентами)), социальные сети (ВКонтакте, Telegram и др.), мобильные приложения и другие.

Выявлено, что для активного развития организаций сферы гостеприимства в Российской Федерации необходимо разрабатывать технологии, сервисы и данные не только с целью их реализации в новой цифровой среде, но и для удержания постоянных и привлечения новых потребителей (гостей, клиентов).

### Литература

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»» от 27.07.2017 г. N 1632-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_328854/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/) (Дата обращения: 15.10.2024).
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» от 20.09.2019 г. N 2129-р (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. Режим



- доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_333756/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/) (Дата обращения: 15.10.2024).
- Кулакова Л. И. Внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие цифровой экономики в сфере туризма // *Фундаментальные исследования*. 2020. № 3. С. 66-71.
  - Михайлов П. А., Бабкин А. В. Факторы и показатели оценки цифровой трансформации промышленного предприятия // *Universum: экономика и юриспруденция*. 2022. № 9(96). С. 96-101.
  - Ценжарик М. К., Крылова Ю. В., Стешенко В. И. Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. 2022. Т. 36. № 3. С. 390-420.
  - Шиплюк В. С. Систематизация факторов цифровизации производства // *Научные записки научных исследователей*. 2020. № 6. С. 58-66.
  - Гурова П. С. Воздействие факторов и элементов внутренней среды на деятельность современной организации // *Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум: сборник трудов студенческой международной научно-практической конференции (8 июня 2024 года)*. М.: Издательство «МЦНО». 2024. № 6(75). С. 40-43.
  - Индикаторы цифровой экономики: 2022: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. М.: НИУ ВШЭ, 2023. 332 с.
  - Цифровая экономика: 2024: краткий статистический сборник / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 124 с.

**E. A. Polishchuk<sup>1</sup>**  
**D. E. Pochupailo<sup>2</sup>**

---

***Domestic practices of transforming the digital environment into the activities of hospitality organizations***

---

<sup>1</sup>V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Republic of Crimea, Russia  
*e-mail: pea.znu@mail.ru*

<sup>2</sup>V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Republic of Crimea, Russia  
*e-mail: estrelldado@gmail.com*

**Abstract.** *The study identified the basic domestic practices of transforming the digital environment into the activities of hospitality organizations, taking into account objective digital indicators (implementation of digital technologies, use of digital technologies, etc.). It was established that digital technologies play a significant role in the activities of modern hospitality organizations, among which we can highlight websites, accounting systems, especially CRM, social networks, mobile applications and others.*

**Keywords:** *transformation, digital environment, hospitality industry organization, digital technologies, digital tools, cloud services, big data, e-sales, social networks.*

**References**

1. Rasporyazhenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii «Nacional'naya programma «Cifrovaya ehkonomika Rossijskoj Federacii»» ot 27.07.2017 g. N 1632-r URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_328854/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/). (in Russian)
2. Rasporyazhenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii «Strategiya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 godA» ot 20.09.2019 g. N 2129-r (s izmeneniyami i dopolneniyami) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_333756/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/). (in Russian)
3. Kulakova L. I. Vnutrennie i vneshnie faktory, vliyayushchie na razvitie cifrovoj ehkonomiki v sfere turizma // Fundamental'nye issledovaniya. 2020. № 3. S. 66-71. (in Russian)
4. Mikhajlov P. A., Babkin A. V. Faktory i pokazateli ocenki cifrovoj transformacii promyshlennogo predpriyatiya // Universum: ehkonomika i yurisprudenciya. 2022. № 9(96). S. 96-101. (in Russian)
5. Cenzharik M. K., Krylova YU. V., Steshenko V. I. Cifrovaya transformaciya kompanij: strategicheskij analiz, faktory vliyaniya i modeli // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ehkonomika. 2022. T. 36. № 3. S. 390-420. (in Russian)
6. Shiplyuk V. S. Sistemizatsiya faktorov cifrovizacii proizvodstva // Nauchnye zapiski nauchnykh issledovatelej. 2020. № 6. S. 58-66. (in Russian)
7. Gurova P. S. Vozdejstvie faktorov i ehlementov vnutrennej sredy na deyatel'nost' sovremennoj organizacii // Obshchestvennye i ehkonomicheskie nauki. Studencheskij nauchnyj forum: sbornik trudov studencheskoj mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii (8 iyunya 2024 goda). M.: Izdatel'stvo «MCNO». 2024. № 6(75). S. 40-43. (in Russian)
8. Indikatory cifrovoj ehkonomiki: 2022: statisticheskij sbornik / G. I. Abdrakhmanova, S. A. Vasil'kovskij, K. O. Vishnevskij, L. M. Gokhberg i dr. M.: NIU VSHEH, 2023. 332 s. (in Russian)
9. Cifrovaya ehkonomika: 2024: kratkij statisticheskij sbornik / V. L. Abashkin, G. I. Abdrakhmanova, K. O. Vishnevskij, L. M. Gokhberg i dr. M.: ISIEHZ VSHEH, 2024. 124 s. (in Russian)

*Поступила в редакцию 21.11.2024 г.*