

БОГОМАЗОВА Ирина Викторовна

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет (Белгород, РФ);
Сочинский государственный университет (Сочи, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru*

АНОПРИЕВА Екатерина Валерьевна

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет (Белгород, РФ);
старший преподаватель; e-mail: anoprieva@bsu.edu.ru*

КЛИМОВА Татьяна Брониславовна

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет (Белгород, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: Tklimova@bsu.edu.ru*

Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы

В статье рассмотрены основы цифровой экономики, ее характерные черты и сфера применения. Проведен анализ состояния развития цифровой экономики в мире, отражающий рост ее доли в валовом внутреннем продукте, и Российской Федерации, для которой характерной особенностью является государственная инициатива продвижения и развития цифровых процессов, а не бизнес-структур. Рассмотрена роль интернета вещей в рамках цифровизации мировой экономики, в связи с этим представлен оптимистичный и консервативный прогноз структуры рынка интернета вещей до 2025 года. Анализ уровня цифровых технологий, вовлеченных в развитие туристской индустрии, свидетельствует о первостепенном значении информации, как ключевого фактора в условиях цифровой экономики. В работе дана характеристика информационного пространства сферы туризма, описаны цифровые сервисы и платформы, получившие широкое распространение и пришедшие на смену офисам туристских компаний. Предложенная модель цифровой платформы для сферы туризма и гостеприимства РФ «Туризм 4.0» с описанием характерных для нее принципов, может быть обеспечена в результате сочетания ключевых технологических возможностей, а именно искусственного интеллекта, интернета вещей, роботизации, голосовых технологий, блокчейна. Представленная «цифровая воронка» отражает место индустрии туризма и гостеприимства среди участников рынка цифровизации. Результаты исследования позволили выделить факторы, сдерживающие и поддерживающие развитие современных технологий в отрасли, выявить тенденции и закономерности в ближайшей перспективе.

Статья выполнена в рамках гранта дополнительного внутривузов-

Ключевые слова:
*цифровая экономика,
цифровизация, концепция 4.0.,
туризм, гостеприимство,
современные технологии*

ского конкурса НИУ «БелГУ» на соискание грантов для поддержки общественных и гуманитарных направлений исследований. Тема: «Разработка модели сетевого взаимодействия в туристско-рекреационной сфере»

Введение. В современных условиях в качестве ключевого фактора развития экономики XXI века выступают данные, представленные в цифровой форме. В этой связи IT-технологиям отводится первостепенная роль.

Стремительное развитие цифровой экономики в мире обеспечивает повышение конкурентоспособности государств, отраслей, предприятий. Повсеместный уровень распространения цифровизации влечет за собой существенные изменения в процессе организации бизнеса. Тренд сегодняшнего времени – цифровая трансформация, затрагивающая все сферы, ориентированная на глобальное применение цифровых технологий в деятельности экономических субъектов, формирование информационного общества и цифровой экономики в целом.

Теория

В последние десятилетия изучение проблемы внедрения цифровых технологий получили широкое освещение. Автором данного направления стал в 1995 году профессор Массачусетского института технологий Н. Негропonte [2; 7; 13]. Основа его исследования – противопоставление традиционной и цифровой экономики при интенсивном развитии информационно-коммуникационных технологий.

Для цифровой экономики характерным является переход от третьей промышленной революции к четвертой индустриальной революции. «Цифровая экономика» отражает радикальные изменения второй половины XX века, которые стали возможными в результате развития цифровых вычислительных и коммуникационных технологий.

Под цифровой экономикой рассматривают экономику, непосредственно связанную с процессами развития и внедрения цифровых компьютерных технологий во все сферы экономического производства и потребления. Как

правило, она охватывает область предоставления онлайн-услуг и товаров, а именно сервисы электронных платежей и электронную коммерцию, интернет-торговлю и интернет вещей (IoT – Internet of Things), краудфандинг, интернет-банкинг и прочее. Среди новейших цифровых технологий, выступающих платформой цифровизации и цифровой экономики, выделяют технологии Big Data, развитие облачных сервисов и искусственного интеллекта (нейросети), умных технологий и технологий определения местонахождения, интернет вещей, а также промышленный интернет вещей (IIoT – Industrial Internet of Things), 3D-печать [11].

Цифровизация и доступность инфраструктуры обеспечивает полноценное взаимодействие участников экономической деятельности. В качестве отличительных особенностей цифровой экономики можно отметить наличие персонализированных сервисных моделей, а также развитие экономики совместного потребления и sharing-сервисов.

Особенно актуальными процессы цифровизации являются для сферы обслуживания. Торговые и транспортные компании, предприятия индустрии туризма и гостеприимства, общественного питания получили возможность расширить целевую аудиторию и охват, улучшить качество обслуживания, развиваться ускоренными темпами, принимая во внимание, что в глобальной цифровой экономике победа будет одержана тем, в чьем арсенале будет задействовано большее количество и качество цифровых платформ.

Данные и методы

Анализ данных свидетельствует о росте доли цифровой экономики на 1,2% в ВВП развитых стран за период с 2010 года по 2016 год, а для развивающихся стран – на 1,3%. Если в 2010 году данный показатель у ведущих стран

мирового сообщества G20 составлял 4,1%, то к 2016 году достиг 5,3%¹. При этом возглавляет рейтинг по уровню цифровизации Великобритания (12,4%), далее следуют Южная Корея и Китай, правительством последнего проводится политика протекционизма в сочетании с венчурной моделью и госпрограммой «Интернет+».

В табл. 1 приведен рост удельного веса цифровой экономики в валовом внутреннем продукте некоторых стран участниц G20 в период с 2010 года по 2016 год.

Таблица 1 – Доля цифровой экономики в ВВП стран участниц G20, %

Table 1 – The share of the digital economy in the gross domestic product of the G20 member countries, %

Страны	Удельный вес цифровой экономики в ВВП страны		Изменение доли цифровой экономики
	2016	2010	
Индонезия	1,5	1,3	0,2
Турция	2,3	1,6	0,7
Бразилия	2,4	2,2	0,2
ЮАР	2,5	1,9	0,6
Россия	2,8	1,9	0,9
Аргентина	3,3	2,0	1,3
Франция	3,4	2,9	0,5
Италия	3,5	2,1	1,4
Канада	3,6	3,0	0,6
Австралия	3,7	3,4	0,3
Сауд. Аравия	3,8	2,2	1,6
Германия	4,0	3,0	1,0
Мексика	4,2	2,5	1,7
США	5,4	4,7	0,7
Япония	5,6	4,7	0,9
Индия	5,6	4,1	1,5
Китай	6,9	5,5	1,4
Респ. Корея	8,0	7,3	0,7
Великобритания	12,4	8,3	4,1

Исследование, проведенное «International Data Corporation», отражает ежегодный

рост мировых затрат на цифровую трансформацию на 16,8%, размер которых в 2019 году составит 2,1 трлн. долларов США.

Аналитики «Accenture» прогнозируют до 2020 года положительную динамику использования цифровых технологий ТОП-10 ведущих мировых экономик до 1,36 трлн. долларов США, или 2,3% валового внутреннего продукта в общем объеме. ВВП развивающихся стран увеличится на 3,4% благодаря цифровизации экономики, а для развитых стран вклад цифровой экономики даст прирост валового внутреннего продукта в среднем на 1,8%.

По оценкам «The Boston Consulting Group» цифровая экономика к 2035 году достигнет 16 трлн. долларов США.

Значительная часть цифровизации приходится на сферу потребления (услуги, интернет-торговля, покупки офлайн и поиск онлайн) – 63 млрд. долларов США, огромная роль в которой отводится интернету вещей. Развитие данного сегмента невозможно рассматривать вне глобальных трендов цифровой трансформации. К 2025 году годовой вклад интернета вещей в мировую экономику может составить от 4 до 11 трлн. долл. США.

На рис. 1 и 2 приведены оптимистичный и консервативный прогноз структуры рынка интернета вещей в мировой экономике к 2025 году.

В РФ удельный вес цифровой экономики в валовой внутренний продукт составляет 75 млрд. долларов США или 2,8% (по данным «Boston Consulting Group»). Сравнение индекса цифровизации России с мировыми экономикой свидетельствует о значительном отставании РФ, например от таких стран, как Бразилия и Израиль по итоговым данным на 2016 год. Отставание России на фоне лидеров выглядит существенным вплоть до критичного: более чем в 5 раз – от стран ЕС, в 7 раз – от США.

Эксперты отмечают российский феномен цифровизации, а именно колоссальный разрыв

¹ В авангарде цифровой экономики: Годовой отчет государственной корпорации «Ростех» за 2016 год. URL: ar2016.rostec.ru/vanguard.

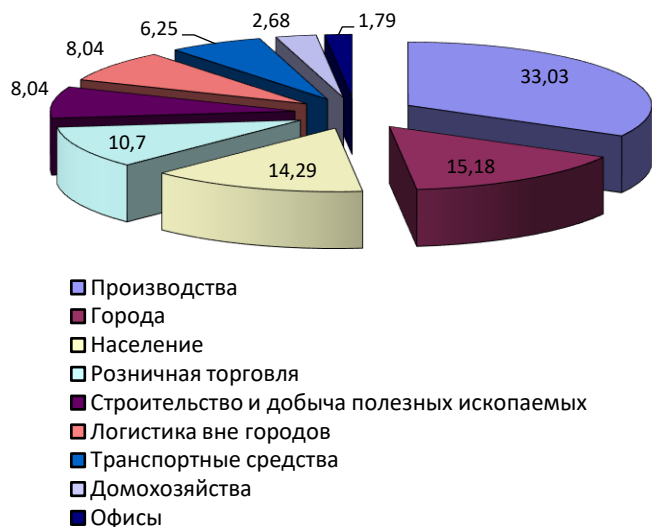


Рис. 1 – Оптимистичный прогноз структуры рынка интернет вещей в мировой экономике к 2025 году

Fig. 1 – Optimistic forecast of the structure of the Internet of Things market in the global economy by 2025

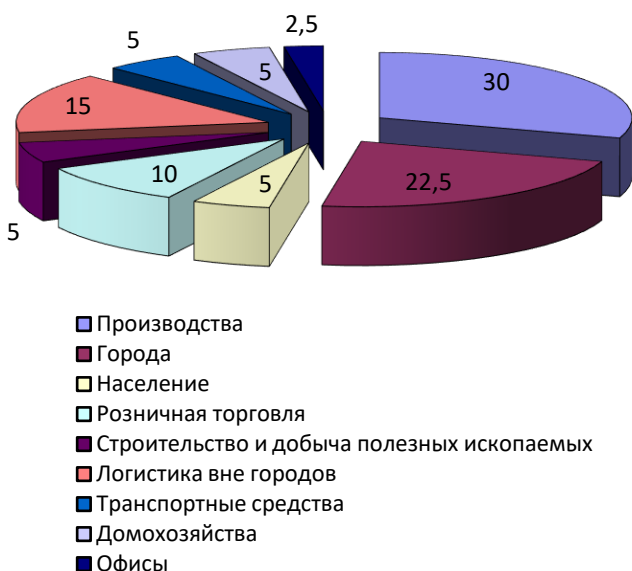


Рис. 2 – Консервативный прогноз структуры рынка интернет вещей в мировой экономике к 2025 году

Fig. 2 – Conservative forecast of the structure of the Internet of Things market in the global economy by 2025

между компаниями по уровню внедрения IT-технологий: с одной стороны – организации, которые находятся буквально на острие цифровой трансформации, с другой – целый пласт предприятий и организаций, не достигших даже базового уровня автоматизации процессов. Но избежать этого промежуточного этапа автоматизации невозможно. Компании, которые его не пройдут, просто не попадут в цифровое будущее и быстро прекратят существование.

В настоящее время цифровая экономика в РФ является приоритетным направлением государственного развития. По поручению В. В. Путина правительством утверждено постановление от 2 марта 2019 года № 234 «О системе управления реализацией национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», согласно которому на условиях государственно-частного партнерства целесообразно увеличение инвестиций, по таким направлениям, как IT-продукты, IoT, сервисы с высоким экспортным потенциалом, Big Data^{2,3,4}. Активизация мероприятий в данной сфере создаст условия и возможности для увеличения доли цифровой экономики в валовом внутреннем продукте страны до 6% и более, а также обеспечит мультипликативное развитие отраслей, реальная добавленная стоимость в которых по предварительным оценкам может составить до 6-8 трлн. рублей в годовом исчислении.

Сегодня туризм стал особым социокультурным явлением, объединяющим как историко-культурное наследие государства, так и самые современные информационные технологии в сфере территориального развития и коммуникаций.

² О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы: указ Президента РФ от 9.05.2017 г. № 203 // Справочная правовая система «Консультант Плюс».

³ О системе управления реализацией национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: постановление Правительства РФ от 2.03.2019 г. № 234 // Справочная правовая система «Консультант

Плюс». URL: docs.cntd.ru/document/553834855_(дата обращения 20.05.2019).

⁴ О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации: указ Президента РФ от 01.12.2016 N 642 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». URL: consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207967/

Зарубежные туристические и travel-компании активно и результативно ведут диджитализацию своей деятельности, получая значительные доходы. Азиатские страны, в экономику которых туризм вносит существенный вклад, приступили к цифровой трансформации на правительственном уровне. В 2018 году Шри Ланка организовала масштабное цифровое промо страны как привлекательного туристического направления, благодаря которому планируется привлечение 2,5 млн. туристов. Индонезией в качестве ответа на международную экспансию «Airbnb» запущена собственная сеть бронирования гестхаусов и вилл «Indonesia Travel Exchange» (ITX), насчитывающая более 2000 различных домовладений.

В мире работают десятки технологических стартапов в сфере туризма, которые стремятся привнести в отрасль свои оригинальные идеи. Так, например, камбоджийская платформа «Camboticket» по электронной почте позволяет забронировать место на паромах, в автобусах и в частных службах такси одновременно в Лаосе, Таиланде, Камбодже, Вьетнаме.

Тайский стартап «Local Alike», получивший приз от Booking.com, продвигает новую концепцию локального туризма: в рамках онлайн-платформы компания планирует объединять и консультировать местных жителей по всему миру, которые обеспечивают оказание услуг туристам.

Многие туристические стартапы пытаются найти свою нишу, сконцентрировавшись на определенном типе туризма. Например, французская платформа «Tripnparty» позволяет путешественникам отыскивать в любой стране аутентичные бары и пабы, про которые обычно хорошо осведомлены только местные жители. В 2018 году на Бали прошел стартап-контекст «Startup Weekend Bali», в ходе которого были отобраны лучшие идеи в области туризма. Список победителей отражает тенденцию удовлетворения нишевых запросов. При этом предложены различные мобильные приложения, в том числе обеспечивающие связь с местными гидами и водителями на Бали

(«Travelis»), для осуществления покупки продукции местных фермеров («Finger Farm»), информирующие об индонезийских отелях, предоставляющих постояльцам чистую воду в возобновляемой таре («Botol Wisata»).

В РФ туристская индустрия, ее развитие как на уровне государства в целом, так и для ее субъектов, муниципальных образований и общества, имеет значимую роль. Данные Ростуризма свидетельствуют, что из 4377 компаний, включенных в Единый федеральный реестр туроператоров, более 2,5 тыс. организаций осуществляют деятельность в сфере внутреннего туризма.

Так как для страны важным является развитие въездного туризма, то ключевыми критериями при принятии решений о цифровизации данной сферы и развитии инфраструктуры должна быть ориентация на предпочтения потенциальных и фактических туристов. Наибольший прирост числа въездных туристских поездок в 2018 году по сравнению с 2017 годом из стран, где уровень цифровизации туризма на более высоком уровне, чем в РФ наблюдается у следующих государств: Китай (КНР) +14%, Германия +11%, Республика Корея +42%, США +16%, Израиль +24%, Франция +12%, Канада +14%, Швейцария +12%, Швеция +50%, Бельгия +25% и т.д.

При этом прирост обусловлен проведением ЧМ по футболу в РФ и некоторые туристы 2018 года – «не возвратные». Проводимый ЧМ-2018 оголил основные проблемы цифровизации туризма в РФ, так как за короткий промежуток времени большое количество иностранных граждан, приехавших в Россию с целью туризма (особенно из европейских стран, Китая и Америки), почувствовали контраст использования современных технологий в своей стране и в России.

Основными недостатками по мнениям туристов было отсутствие электронных виз, что снижает бюрократизацию визового процесса (хотя достаточно эффективно такой опыт начали использовать на Дальнем Востоке и с 1 января 2019 года в Калининграде), отсутствие

единого рабочего туристического портала страны и городов, низкий уровень обслуживания, в том числе за счет недостаточного количества современных технологий и развитости инфраструктуры за пределами туристических центров (Санкт-Петербург, Москва).

Конечно, можно отметить, что к Олимпиаде и ЧМ по футболу в сфере туризма и гостеприимства велась достаточно интенсивная подготовка, за счет чего и были внедрены инновации и выделены средства. Некоторые компании начали внедрять электронные путевки, хотя этот опыт не позволил им решить проблемы с повышением конкурентоспособности и доходности бизнеса, регионы, ориентированные на приток большого количества туристов разрабатывали интерактивные карты туристских ресурсов и объектов, но отсутствие систематизации и объединения порталов регионов в общее цифровое информационное пространство, только отталкивает пользователя.

Утвержденная ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)» прогнозирует, что к 2025 году численность туристов оформляющих путевки, зарегистрированные в электронном виде, составит более 6,77 млн. человек в год.

Государство планирует выделять субсидии и поддержку субъектам рынка, внедряющих цифровые технологии и развивающих туризм на территории РФ, но удаленность перспективных регионов и «дотационная позиция» проектов по развитию туризма в этих регионах (в рамках развития оздоровительного туризма (проекты «Приволжье», «Каспий»), культурно-познавательного туризма (проекты «Урал», «Серебряное ожерелье России»), активного туризма – проект «Сибирь», круизного туризма (проекты «Камчатка», «Приморье», «Амур», «Русская Арктика»), экологического туризма – проект «Байкал»)⁵ не позволяет сделать вывод о высокой эффективности данных вложений и

вероятности перераспределения выделенных ресурсов на цифровизацию.

Есть регионы, которые интенсивнее других занимаются внедрением цифровизации в сфере туризма и гостеприимства. Так, в Новгородской области с помощью информационных технологий учитывают количество туристов в регионе, используя сведения мобильных телефонов и технологии Big Data при обезличивании персональной информации абонентов. Глобальный англоязычный интернет-ресурс tripsib.com ориентирован на развитие въездного туризма в Сибирь и повышение привлекательности территорий для зарубежных инвесторов.

Модель

Согласно статистике Google, в период планирования путешествия пользователи совершают около 400 поисковых запросов. Это огромный пласт данных активно используется туристическими компаниями для того, чтобы повлиять на решение путешественника и склонить его в пользу определенного маршрута, компании и отеля.

74% путешественников в мире планируют своё путешествие онлайн, что обуславливает перспективы рынка онлайн-услуг в туризме. Основная доля отечественных туристов в процессе планирования и организации поездки в 2017 – 2018 годах использовала Интернет. Тенденция диджитализации трэвел-услуг заставляет игроков рынка приспосабливаться к новым реалиям. Так, mobilefirst предлагает при разработке сервисов бронирования ориентироваться уже не на версии для десктопов и планшетов, а на приложения для смартфонов. При этом произошел существенный рост запросов путешественников с мобильных устройств: услуги карпулинга искали со смартфонов на 62% чаще, чем в 2016 году, туры – на 65%, железнодорожные и авиабилеты – почти на 50%. Всего доля запросов с мобильных устройств увеличилась до 40%. Около

⁵ Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации

(2019-2025 годы)» // Справочная правовая система «Консультант Плюс».

половины пользователей, осуществляющих поиски с мобильного телефона или планшета, совершают бронирование с этого устройства. Чтобы использовать эту тенденцию, необходимо обеспечить пользователю удобство не только искать, но и оплачивать услуги со смартфона.

Однако, средний российский путешественник пока еще дает туроператорам, закрывающим глаза на прогресс цифровизации, надежду на несколько лет процветания. По данным глобального опроса компании «Travelport», 51% отдыхающих все еще предпочитают покупать туры у специализирующихся на этом виде услуг компаний вне зависимости от удобства их цифровой платформы. В целом мировая тенденция цифровизации трэвел-сферы свидетельствует о скором и глобальном изменении на этом рынке.

В Европе услугами туроператоров с совершением визитов в физические офисы компаний, пользуется не больше трети путешественников. Остальные планируют поездку самостоятельно с помощью онлайн-сервисов. В России рынок развивается с учетом мировых трендов, поэтому похожая ситуация не заставит себя ждать. Онлайн продажи вырастут, причем в двух плоскостях – самостоятельного составления тура с помощью покупки в интернете отдельно билетов и отелей, а также покупки уже «собранных» поездок у туроператоров онлайн. Электронные продажи заменят собой офлайн-агентства, часть которых закроется, а другая переориентируется на цифровую среду.

По информации сайта Booking.com, треть туристов по всему миру предпочитают путешествия, спланированные искусственным интеллектом, принимая во внимание их предыдущие поисковые запросы, способы и суммы оплаты, и другие предпочтения. Половина опрошенных не придает значение тому, кто общается с ними поездку – чат-бот или живой человек, если пожелания учитываются в полной мере. Мотивация совершить бронирование также повышается, если предложенные искусственным интеллектом варианты

соответствуют пожеланиям путешественника, что подтверждает большая доля респондентов.

Гостиницы так же заинтересованы в максимально быстром предложении потенциальным клиентам диджитал-обслуживания, начиная с этапа выбора номера и заканчивая оплатой проживания на сайте или через специальное приложение. Среди тестируемых в настоящее время технологий «HiltonHonors», которая позволяет пользователям заказывать услуги отеля с помощью приложения и адаптировать пребывание на отдыхе под свои желания. Эту информацию гостиничный бизнес использует для автоматической разработки индивидуального плана для каждого гостя при последующих визитах.

Большую часть используемых на данный момент средств цифровизации сферы туризма занимают приложения. Первые цифровые сервисы для туристов появились в начале 2000-х и были ориентированы на онлайн бронирование жилья и покупку билетов: Booking.com – гостиничный агрегатор дал возможность потенциальным клиентам увидеть небольшие гостиницы по всему миру, обеспечил им самый широкий доступ к клиентской базе; AirB&B – повторил успех Booking.com, сформировав новый рынок аренды апартаментов; Uber, Gett – агрегаторы такси, привлекли в малый бизнес огромное количество людей, дали им возможность зарабатывать, используя собственный автомобиль и, одновременно, сделали услуги такси гораздо более доступными [8].

Без использования подобных платформ современное путешествие представить сложно. С их помощью автоматически формируются рейтинги доверия между участниками, позволяя в максимально короткие сроки объединить на рынке продавцов и покупателей товаров и услуг, в том числе при заключении сделок и проведении расчетов, тем самым устраняя посреднические звенья, минимизируя затраты на производственные и обменные процессы. Например, «Аэрофлот», признанный вторым по пунктуальности в Европе и

четвёртым по цифровизации, в 2017 году перешел на платформу SAP HANA, обеспечивающую возможность работы и осуществления бизнес-процессов в системе реального времени, что ведет к упрощению анализа больших данных и отсутствию дублирования на единой платформе. Это позволило оцифровывать и обрабатывать более 30 миллионов документов в месяц при росте уровня автоматизированной отчетности в семь раз.

В целом применение в работе платформ позволяют значительно упрочить взаимоотношения с клиентом (информировать и сопровождать клиентов в пути), продавать больше услуг и повышать их цену; повышают качество услуг (смартфон как ключ от номера, регистрация в отеле через приложение, обмен сообщениями с персоналом отеля через приложение), улучшают эмоциональное восприятие (отметка где побывали и сортировка фото по местам, напоминания, указания и инструкции в аэропорту, на вокзале, порту и на борту судна); создают новые возможности для охвата клиентов и понимания (уведомления, реклама, отзывы), интегрируются к использованию совместно с социальными сетями (у представителей поколения 2000-х годов доля решений о путешествиях, принимаемых под влиянием социальных сетей, достигает 85%) для выявления личных предпочтений клиента и дальнейшего поиска потенциальных клиентов.

Наличие острой конкуренции и широчайших возможностей на рынке приложений обуславливает целесообразность развития данного направления в обеспечении условий для создания и запуска цифровых платформ нового поколения.

Россия уже пользуется некоторыми элементами, входящими в концепцию Туризма 4.0, но обобщенная реализованная платформа, которая нужна стране с огромным туристическим потенциалом не сформирована. Если раньше основой развития цифровизации была концепция «Индустрия 4.0» и «умная фабрика», используемая в промышленности, то на данный момент во многих развитых

странах подобный подход применим и к сфере услуг, а в частности к индустрии туризма. В рамках такого рода тенденций в 2018 году Турция и Казахстан, например, объявили курс на развитие концепции «Туризм 4.0» – страны намерены вложить значительные средства в цифровой маркетинг для своей туристической отрасли.

Обобщая элементы цифровизации сферы туризма и гостеприимства в Российской Федерации и опыт тех стран, которые уже внедряют концепцию «Индустрия 4.0» в данной индустрии модель цифровой платформы «Туризм 4.0» для индустрии туризма и гостеприимства РФ представлена на рис. 3.

Для модели цифровой платформы «Туризм 4.0» характерны следующие принципы:

- предельная автоматизация всех звеньев;
- максимальный удельный вес и значимость НИОКР;
- управление всех подсистем и звеньев осуществляется автономной системой с использованием интернета вещей;
- все этапы жизненного цикла туристского продукта обеспечены работой функциональных звеньев в форме единого взаимосвязанного целого, регулируемого в системе онлайн режима потоками обратных связей.

Потенциал цифровизации для развития малого и среднего бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства зависит от финансовых и технологических возможностей каждого конкретного субъекта и отрасли в целом. Можно выделить несколько ключевых технологических возможностей.

1. Искусственный интеллект – обеспечит максимально персонализированный результат при планировании путешествия. Опираясь на информацию о предпочтениях клиента, предлагая решения, используемые другими путешественниками, AI-системы могут значительно упростить организацию отпуска или путешествия, помочь сэкономить.

2. Интернет вещей – ключевой элемент сервиса, обеспечивающий «бесшовное» путешествие – перелет, трансферт, гостиница, заказ

машины. Обмениваясь данными, устройства могут сократить до минимума любые ожидания, предотвратив различные проблемы – от отсутствия места на парковке до потери ориентировки в незнакомом городе.

3. Роботизация – технологии ко-ботов, роботов, умеющих понимать и работать с людьми, становятся все более реальными. Уборочные роботы – уже самый обычный предмет бытовой техники. Сокращая потребность в персонале, такая техника может существенно упростить, например, ведение

семейного гостиничного бизнеса.

4. Голосовые технологии – эффективное распознавание речи дает возможность оптимизировать многие процессы. Благодаря им даже небольшая семейная гостиница может обеспечить клиентам круглосуточный сервис и исключить языковые барьеры.

5. Блокчейн – создавая «доверенную цифровую среду», позволяет значительно повысить надежность заказов, бронирования и платежей, обеспечив достоверность информации и отзывов об услугах.



Рис. 3 – Модель цифровой платформы для сферы туризма и гостеприимства РФ «Туризм 4.0»
Fig. 3 – Model of a digital platform for tourism and hospitality of the Russian Federation «Tourism 4.0»

Компании, связанные с туризмом, под воздействием новых трендов, так или иначе, пытаются собирать сведения о транзакциях своих клиентов, чтобы персонализировать рекламные предложения. Логично, что внимание авиакомпаний, агрегаторов отелей и других туристических услуг привлекла технология блокчейн. Потенциально она способна полностью поменять сферу туристических услуг – запрос от путешественников на надежность при планировании поездок будет удовлетворен

как раз с помощью блокчейна. Данные о покупке билетов, бронировании номеров в гостиницах и работе программ лояльности будут существовать в одном цифровом пространстве и помогут всем сторонам, задействованным в предоставлении услуг в рамках одной поездки, ориентироваться на фактические сведения о клиентах и предугадывать их желания.

Из игроков рынка, связанных с туризмом, наиболее гибкими оказываются авиакомпании. Они первыми видят выгоды внедрения

инноваций в бизнесе, и, в первую очередь, платежных инноваций.

Полученные результаты

В целом проведенное исследование свидетельствует, что для цифровой трансформации в России характерно главенствующая роль и инициатива государства, чем бизнеса. Эта специфика, в частности, приводит к опережающему развитию сервисных IT-технологий для населения, что обуславливает активное развитие «цифровых госуслуг», которыми пользуются более 80 млн. человек.

На рис. 4 приведено текущее расположение участников рынка РФ на витках «цифровой воронки», хотя оно и носит достаточно условный характер. Ранжирование в большей степени отражает текущее восприятие экспертов и их субъективные ожидания, а также авторское мнение, нежели является результатом предиктивного анализа долгосрочной перспективы.



Рис. 4 – «Цифровая воронка» участников рынка цифровизации РФ в текущем периоде
Fig. 4 – «Digital funnel» of participants in the digitalization market of the Russian Federation in the current period

К числу факторов, сдерживающих развитие цифровых технологий в индустрии гостеприимства можно отнести:

– финансово-экономические (среднему и малому бизнесу сферы гостеприимства

достаточно сложно вкладывать значительные средства в цифровизацию деятельности, а льготы и программы их поддержки и стимулирования в этом направлении не предусмотрены);

– нормативно-правовые (отсутствие четкого нормативно-правового поля, регламентирующего взаимодействие субъектов при переходе в цифровое пространство, в том числе защита персональных данных, контроль достоверности аккаунтов и представленной информации);

– общая нестабильность (различия в финансовых и политических возможностях регионов для интеграции в цифровое пространство страны);

– дефицит инвестиций в высокотехнологичные отрасли, влияние санкций – прежде всего, ограниченный доступ к трансферу технологий и импорту готовых решений;

– низкий уровень жизни населения страны (отсутствие возможности приобретения современных максимально функциональных гаджетов, использования платного контента и руминговых услуг интернета в путешествиях);

– цифровая безграмотность населения (некоторые не знают о возможностях цифровых технологий или знают весьма поверхностно).

К категории факторов, поддерживающих развитие данной отрасли и процессов цифровизации в ней, можно отнести:

– изоляцию от трансфера технологий, вынуждающую бизнес к финансированию и внедрению российских разработок;

– эффект «низкой базы», способный резко оптимизировать бизнес-процессы за счет модернизации и внедрения информационных технологий;

– перспективы смены бизнес-моделей, обуславливающих создание новых услуг.

С учетом особенностей цифровизации рынка России и тенденций развития индустрии туризма и гостеприимства, можно предположить, что в течении ближайших 2 – 3 лет данная сфера выйдет на новый виток воронки, выступая при этом катализатором продвижения

вперед сферы «Транспорта и логистики» (в основном в рамках организации пассажироперевозок).

Заключение. В ближайшей перспективе для большинства отраслей будут характерны существенные преобразования, связанные со сменой бизнес-моделей, лидеров, прорывных инноваций. Принимая во внимание новые тенденции, игроки рынка продажи туристических услуг планируют на 2019 год бороться за клиента в цифровом пространстве, что является следствием глобальной диджитализации, ставящей вопрос ребром: «Либо компании адаптируются, либо покинут рынок». В качестве решения могут быть выбраны один из двух вариантов. Первый доступен только для крупных туроператоров, которые могут сосредоточить в своих руках в качестве активов отели или авиакомпания, чтобы конкурировать, снижая собственные издержки. Вторым менее масштабным – означает переход в онлайн и интеграцию в глобальные каналы продаж. В этом случае очевидное преимущество в том, что снижается зависимость поставщиков туристических услуг от партнеров, поскольку в формате онлайн они могут напрямую брать деньги со своих покупателей, не делясь прибылью ни с кем.

В ближайшей перспективе продолжится вытеснение компаний старого типа метапоисковиками, внедряющими новые технологии, обеспечивающие взаимодействие с клиентом

со старта планирования путешествия до момента оплаты отелей и билетов.

Если сегодня сложно предсказать скорость повсеместной цифровизации рынка в России и за ее пределами, то один факт очевиден – большинство туроператоров, работающих в системе офлайн-офисов, попадают в группу риска и, возможно, в ближайшем будущем прекратят свою работу. Тысячи агентств уже закрываются ежегодно, но клиенты этого, по большей части, не замечают, поскольку им предлагается более удобная альтернатива.

На современном этапе можно отметить тенденции «The digitalization of business» в сфере туризма в РФ, что достаточно перспективно при укрупнении бизнеса, применении новых технологичных решений, использовании систем динамического пакетирования в реальном времени, новых сервисов бронирования, онлайн-сервисов для прямых продаж туристам отдельных услуг и турпакетов с возможностью самостоятельного конструирования тура, систем управления отелями, решений на основе Big Data по прогнозированию спроса и управлению ценообразованием. Преимуществом на рынке туристических услуг будут обладать компании, предлагающие максимально кастомизированный процесс взаимодействия с путешественником. Только так сохранится лояльность покупателей и прибыль бизнеса, приумножится конверсия и повысится уровень безопасности.

Список источников:

1. **Алеева В.А., Мочалова Ю.Д.** Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. №3. С 3-6.
2. **Герчикова Е.З., Спиридонова Е.П.** Социологические аспекты трансформации сферы рекреации и туризма в условиях цифровой экономики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018 №3 (72). С. 185-189
3. **Данилова Н.Ф., Сараева И.В.** Глобальное цифровое пространство: перспективы и угрозы для экономического развития стран // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 65-73.
4. **Дунъян Чжан.** Современное состояние цифровой экономики в Китае и перспективы сотрудничества между Китаем и Россией в области цифровой экономики // Власть. 2017. № 9. С. 37-43.

5. **Евсюков В.В., Пышный А.И.** «Цифровая экономика» – новый этап информатизации общества // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2018. С. 11-19
6. **Иванов В.В., Малинецкий Г.Г.** Цифровая экономика: от теории к практике // Инновации. 2017. № 12(30). С. 3-12.
7. **Клейман А.А., Бабанчикова О.А.** Совершенствование технологии продаж туристского продукта на основе внедрения инновационных технологий // Вестник Национальной академии туризма. № 3(35) июль-сентябрь 2015. С. 20-26.
8. **Климова Т.Б., Богомазова И.В., Аноприева Е.В.** Шеринг-экономика в индустрии туризма и гостеприимства: новые тренды и тенденции // Научные ведомости БелГУ, серия «Экономика. Информатика». 2019. Т. 47, №2. С. 238-247.
9. **Лебедева Т.Е., Шкунова А.А., Слаутина М.С.** Продвижение на рынке туризма: новое решение // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 5(31). С. 81-85.
10. **Ленчук Е.Б., Власкин Г.А.** Формирование цифровой экономики в России: проблемы, риски, перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2018. №5. С. 9-21.
11. **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.
12. **Свон М.** Блокчейн: схема новой экономики. М.: Олимп-Бизнес, 2017. 241 с.
13. **Negroponte N.** Being Digital. New York: Alfred A. Knopf, 1995. 272 p.

Irina V. BOGOMAZOVA^a

Ekaterina V. ANOPRIEVA^b

Tatyana B. KLIMOVA^c

^{a-c} *Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia);*

^a *PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru*

^b *Senior Lecturer; e-mail: anoprieva@bsu.edu.ru;*

^c *PhD in economics, Associate Professor; e-mail: Tklimova@bsu.edu.ru*

DIGITAL ECONOMY IN THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY: TRENDS AND PROSPECTS

The article discusses the basics of the digital economy, covers its characteristic features and scope of application. The authors analyze the condition of digital economy development in the world, reflecting growth of its share in gross domestic product, and the Russian Federation for which characteristic is the state initiative of advance and development of digital processes, but not business structures. The role of the Internet of things within digitalization of world economy is considered; in this regard the optimistic and conservative forecast of structure of the market of the Internet of things till 2025 is submitted. The analysis of level of the digital technologies involved in development of the tourist industry confirms paramount value of information as key factor in the conditions of digital economy. The article characterizes the information space of tourism, and describes the digital services and platforms which are widely adopted and succeeded by offices of the tourist companies. The offered model of the digital platform for the sphere of tourism and hospitality of the Russian Federation «Tourism 4.0» with the description of the principles, characteristic of it, can be provided as a result of a combination of key technological capabilities, namely artificial intelligence, the Internet of things, robotization, voice technologies, a blockchain. The presented «digital funnel» reflects the place of

Keywords:

*Digital economy,
digitalization, concept 4.0.,
tourism, hospitality,
modern technologies*

the tourism and hospitality industry among the participants in the digitalization market. Results of a research allow distinguishing the factors constraining and keeping development of modern technologies in the industry, revealing trends and regularities in the short term.

Article is executed within a grant of an additional intra high school competition of Belgorod State National Research University on a competition of grants for support of the public and humanitarian directions of researches. Subject «Development of Model of Network Interaction in the Tourist and Recreational Sphere».

References

1. **Aleeva, V. A., & Mochalova, Yu. D.** (2018). Primenenie sovremennykh informacionnykh tehnologij v upravlenii biznesom v sfere turizma [The use of modern information technologies in business management in tourism]. *Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy [Business education in the knowledge economy]*, 3, 3-6. (In Russ.).
2. **Gerchikova, E. Z., & Spiridonova, E. P.** (2018). Sociologicheskie aspekty transformacii sfery rekreacii i turizma v usloviyah cifrovoj ekonomiki [Sociological aspects of the transformation of recreation and tourism in the digital economy]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo socialno-ekonomicheskogo universiteta [Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University]*, 3 (72), 185-189. (In Russ.).
3. **Danilova, N. F., & Saraeva, I. V.** (2019). Globalnoe cifrovoe prostranstvo: perspektivy i ugrozy dlya ekonomicheskogo razvitiya stran [Global Digital Space: Prospects and Threats for the Economic Development of Countries]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo [Izvestia of Saratov University. Series: Economics. Control. Law]*, 19 (1), 65-73. (In Russ.).
4. **Dunyan, Chzhan** (2017). Sovremennoe sostoyanie cifrovoj ekonomiki v Kitae i perspektivy sotrudnichestva mezhdou Kitae i Rossiej v oblasti cifrovoj ekonomiki [The current state of the digital economy in China and the prospects for cooperation between China and Russia in the field of the digital economy]. *Vlast [Power]*, 9, 37-43. (In Russ.).
5. **Evsyukov, V. V., & Pyshnyj, A. I.** (2018). «Cifrovaya ekonomika» – novyj etap informatizacii obshchestva ["Digital Economy" - a new stage in the informatization of society]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki [Bulletin of Tula State University. Economic and legal sciences]*, 11-19. (In Russ.).
6. **Ivanov, V. V., & Malineckij, G. G.** (2017). Cifrovaya ekonomika: ot teorii k praktike [Digital economy: from theory to practice]. *Innovacii [Innovation]*, 12(30), 3-12.
7. **Kleyman, A. A., & Babanchikova, O. A.** (2015). Sovershenstvovanie tekhnologii prodazh turistskogo produkta na osnove vnedreniya innovacionnykh tekhnologij [Improving the sales techniques of the tourist product on the basis of introduction of innovative technologies]. *Vestnik Nacional'noj akademii turizma [Bulletin of National Tourism Academy]*, 3(35), 20-26. (In Russ.).
8. **Klimova, T. B., Bogomazova, I. V., & Anoprieva, E. V.** (2019). Shering-ekonomika v industrii turizma i gostepriimstva: novye trendy i tendencii [Sharing Economics in the Tourism and Hospitality Industry: New Trends and Trends]. *Nauchnye vedomosti BelGU, Seriya: Ekonomika. Informatika [Proceedings of BelSU, Series: Economics. Computer science]*, 47(2), 238-247. (In Russ.).
9. **Lebedeva, T. E., Shkunova, A. A., & Slautina, M. S.** (2018). Prodvizhenie na rynke turizma: novoe reshenie [Promotion in the tourism market: A new solution]. *Innovacionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya [Innovative Economics: Prospects for Development and Improvement]*, 5(31), 81-85. (In Russ.).
10. **Lenchuk, E. B., & Vlaskin, G. A.** (2018). Formirovanie cifrovoj ekonomiki v Rossii: problemy, riski, perspektivy [Formation of the digital economy in Russia: problems, risks, prospects]. *Vestnik*

Instituta ekonomiki Rossijskoj akademii nauk [Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences], 5, 9-21. (In Russ.).

11. **Morozov, M. A., & Morozova, N. S.** (2018). Novaya paradigma razvitiya turizma i industrii gostepriimstva v usloviyah cifrovoj ekonomiki [A new paradigm for the development of tourism and the hospitality industry in the digital economy]. *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya: "Chelovek i obshchestvo" [Bulletin of Russian New University. Series: "Man and Society"]*, 1, 135-141. (In Russ.).
12. **Svon, M.** (2017). *Blokchejn: shema novej ekonomiki [Blockchain: A scheme of the new economy]*. Moscow: Olymp Business. (In Russ.).
13. **Negroponte, N.** (1995). *Being Digital*. New York: Alfred A. Knopf.

Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б.
Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 3. С. 34-47. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10303.

Bogomazova, I. V., Anoprieva, E. V., & Klimova, T. B.
(2019). Digital economy in the tourism and hospitality industry: trends and prospects. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(3), 34-47. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10303. (In Russ).