

Обзор
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2

Вишневская Е. В. | Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»),
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия
e-mail: vishnevskaya@bsu.edu.ru

*Статья поступила 10 октября 2019 г.; принята 12 ноября 2019 г.;
опубликована 31 декабря 2019 г.*

Аннотация. Российский рынок онлайн-услуг растет быстрыми темпами, что связано с внедрением цифровых технологий в сферу туризма. Цифровые технологии становятся также главным направлением стратегии развития культуры и туризма городов будущего, способствуя интеграции туриста в городскую среду и позволяя ему самостоятельно планировать путешествие. В статье проведен анализ данных, характеризующих развитие цифровых технологий в туристическом секторе, и выделены тенденции данного направления. Одним из показателей развития информационных технологий и их распространения является постоянно возрастающая доля онлайн-бронирования туристских слуг. Несмотря на развитие рынка онлайн-продаж туристских услуг, крупные туроператоры в России не подвергаются риску, так как главным определяющим фактором при покупке тура остается цена, и пакетные туры туроператор способен предложить по минимальной стоимости для потребителя. Внедрение технологий способствует развитию самостоятельного туризма, который с каждым годом приобретает все большую популярность. Внедрение новых технологий отражается и на формировании комфортной городской среды, способствуя развитию городского туризма. Направления внедрения цифровых технологий в туристскую городскую среду включают: онлайн-сервисы с персональными рекомендациями; носимые гаджеты для синхронного перевода; сервисы совместного потребления; умную систему навигации в городе, адаптивную к иностранным языкам; бесплатный высокоскоростной интернет в общественных местах; использование мультимедийных технологий и различных гид-приложений в музеях. Для развития туризма в РФ на региональном уровне необходимо разрабатывать туристические продукты для их реализации в новой цифровой среде, раскрывающие потенциал и возможности дестинаций.

Ключевые слова: цифровые технологии; туризм; туристские услуги; онлайн-бронирование; мобильные приложения

Для цитирования: Вишневская Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 4, 2019, с. 12-24, DOI 10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2

Ekaterina V. Vishnevskaya

The impact of digital technologies on the development of the tourism market

Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia,
e-mail: vishnevskaya@bsu.edu.ru

Abstract. The Russian online services market is growing rapidly, which is associated with the introduction of digital technologies in the tourism sector. Digital technologies are also becoming the main focus of the development strategy of the culture and tourism of the cities of the future, contributing to the integration of tourists in the urban environment and allowing them to plan their travel independently. The article analyzes the data characterizing the development of digital technologies in the tourism sector, and identifies some trends in this direction. One indicator of the development of information technologies and their distribution is the ever-increasing share of online booking of tourist services. Despite the development of the market for online sales of tourism services, large tour operators in Russia are not at risk, since the price remains the main determining factor when buying a tour, and the tour operator is able to offer package tours at the lowest cost for the consumer. The introduction of technology contributes to the development of independent tourism, which is becoming increasingly popular every year. The introduction of new technologies is reflected in the formation of a comfortable urban environment, contributing to the development of urban tourism. The basic areas for the introduction of digital technologies in the urban tourist environment include: online services with personalized recommendations; wearable gadgets for simultaneous translation; sharing services; a smart navigation system in the city adaptive to foreign languages; free high-speed internet in public areas; the use of multimedia technologies and various guide applications in museums. To develop tourism in the Russian Federation at the regional level, it is necessary to develop tourism products for their implementation in the new digital environment, revealing the potential and possibilities of destinations.

Keywords: digital technologies; tourism; tourist services; online reservations; mobile applications

For citation: Vishnevskaya E. V. (2019), The impact of digital technologies on the development of the tourism market. *Research Result. Business and Service Technologies*, 5(3), 12-24 DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2

Введение. Мировая туристическая индустрия претерпевает фундаментальные изменения, связанные с технологиями. За последнее десятилетие развитие технологий существенно преобразовало процесс изучения и бронирования туристических услуг. Цифровые технологии становятся также главным направлением стратегии развития культуры и туризма городов будущего. Цифровые технологии в городском пространстве способствуют моментальной интеграции туриста в городскую

среду и позволяют ему самостоятельно планировать путешествие, общаться с местными жителями через наушник с синхронным переводом, получать персональные рекомендации по посещению музеев и мест для отдыха и развлечений с учетом его предпочтений. В 2019 г. индустрия электронной коммерции генерирует 3,45 триллиона долларов продаж. Современные пользователи расходуют около 5 часов в неделю на покупки в Интернете. Все это определяет актуальность изучения влияния

цифровых технологий на развитие туристского рынка.

Цель исследования – изучить влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка и формирование комфортной городской среды для путешественников.

Материалы и методы исследования. В качестве исходного материала использовались статистические данные, характеризующие развитие цифровых технологий в туристическом секторе, аналитические отчеты исследований рынка онлайн-продаж туристских услуг в Российской Федерации и мире. В качестве методики исследования применялся теоретический и сравнительный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время среди основных тенденций в сфере путешествий можно выделить следующие.

1. Увеличение роли индивидуального подхода к потребителю во всех сферах туристической отрасли. Возможность извлекать максимум информации о клиентах из аналитических данных позволяет добиться значительных успехов, так как все больше путешественников хотят получать индивидуальное обслуживание. Предприятия сферы туризма должны предвидеть потребности путешественников, понимать проблемы и упреждать их возникновение с помощью данных и бизнес-аналитики. Сегодня можно наблюдать повышение качества обслуживания клиентов посредством значительных инвестиций в искусственный интеллект и аналитику, но применение данных технологий на каждом этапе организации поездок впереди.

2. Непрерывное развитие мультимедийного контента и технологий. По мере освоения отраслью новых подходов к продвижению туристических услуг и технологических стандартов, происходит непрерывное развитие мультимедийного контента. Благодаря широкому выбору мультимедийного контента поставщики туристических услуг будут располагать всеми средствами персонализации сервиса для

каждого путешественника. Большинству туристов необходимы технологические инновации в области путешествий (например, мобильные туристические гиды), которые сделают впечатления от поездки действительно уникальными (Вишневецкая, 2017). Проникновение технологий позволит упростить стандартные операции туристов. Это, например, отслеживание багажа в режиме реального времени через телефон, объединение функций планирования поездки и бронирования услуг в одном приложении.

3. Появление «умных городов». Одна из тенденций, которая наиболее четко отражает сложность и взыскательность потребительского мира будущего – это появление «умных городов». Будущее туризма будет определяться мультимодальными перевозками и аналитическими данными, которые позволят обеспечить более персонализированный и качественный сервис. Появление «умных городов» будет способствовать развитию туризма и путешественники получают исключительный уровень обслуживания.

4. Путешествия с пользой. При выборе места отдыха туристы обращают больше внимания на возможности самореализации – смогут ли они научиться чему-то новому в процессе поездки. Представители поколения Z (люди, родившиеся после 1995 года) ценят практические навыки, полученные в путешествии, больше, чем диплом о высшем образовании. Исследование, проведенное Booking.com показало, что самыми популярными поездками являются путешествия с целью культурного обмена (согласно мнению 68% опрошенных), волонтерские поездки (54%) и работа за рубежом (52%) (Как изменится..., 2019). Отметим, что у россиян путешествие с целью самореализации пока вряд ли находится в приоритете.

5. Путешествие с вниманием к окружающим и планете. Миллениалы и поколение Z будут искать экологичные варианты для путешествия, а владельцы жилья, в свою очередь, займутся переработкой пла-

стиковых отходов и улучшением своей репутации как социально ответственного бизнеса (Слинкова, 2017). Подавляющее большинство путешественников по всему миру утверждают, что будут посвящать время тому, чтобы снизить негативное влияние на окружающую среду во время поездки (Компания Booking.com..., 2017).

Рассмотрим более подробно взаимосвязанные направления – развитие мультимедийного контента и технологий и появление «умных городов». Отметим, что Правительство РФ утвердило стратегию развития туризма в России до 2035 года и важным направлением в документе названо развитие цифровых технологий. Цифровые технологии в сфере туризма включают:

- перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму;

- обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме;

- интеграцию государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации, использование цифровых решений для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма.

Одной из важных задач для развития внутреннего и въездного туризма является создание условий для формирования туристской экосистемы, объединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе для формирования лучшего клиентского опыта, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами (Koroleva, 2017). На базе платформы могут быть разработаны различные блоки, сервисы и мобильные приложения, в которых будут реализованы функции, направленные на развитие системы продвижения туристского продукта РФ.

Среди «важнейших цифровых решений» правительство выделило:

- создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта Российской Федерации;

- внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, с целью повышения доступности, качества и привлекательности туристских услуг, роста эффективности использования туристских ресурсов;

- разработку и реализацию электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах Российской Федерации (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы);

- предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг, создание рейтинга туристских услуг и объектов по туристским территориям Российской Федерации;

- обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.;

- создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.) для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности использования туристских ресурсов;

- развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрач-

ности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий для развития новых видов туристских услуг;

- внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных, а также развитие системы продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.;

- развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;

- создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в турист-

скую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы);

- разработку мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видео-гидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов.

Одним из показателей развития информационных технологий и их распространения является доля онлайн-бронирования туристских услуг. По данным исследователей объем рынка онлайн-бронирования тревел-услуг постепенно увеличивается (Аналитика..., 2016). Рынок eTravel в России – почти 800 миллиардов рублей (2017 г.) со стабильным ростом чуть более 20% в год (eTravel..., 2018) (рис. 1).



Рис. 1. Онлайн-продажи туристических услуг российскими потребителями
Fig. 1. Online sales of tourist services by Russian consumers

Онлайн-продажа туристских услуг популярна у узкого сегмента потребителей: авиа- и железнодорожные билеты приобретают онлайн 20% россиян, а гостиницы и туры 12%. Около половины рынка eTravel в 2017 году составляют авиабилеты (рис. 2).

За анализируемый период 2015-2017 гг. сегменты рынка изменились незначи-

тельно – на 6% уменьшилась доля авиабилетов, увеличилась доля бронирований отелей и железнодорожных билетов на 5% (с 19 до 24% и с 16 до 21% соответственно). Туры приобретает онлайн незначительное количество путешественников (рис. 3).

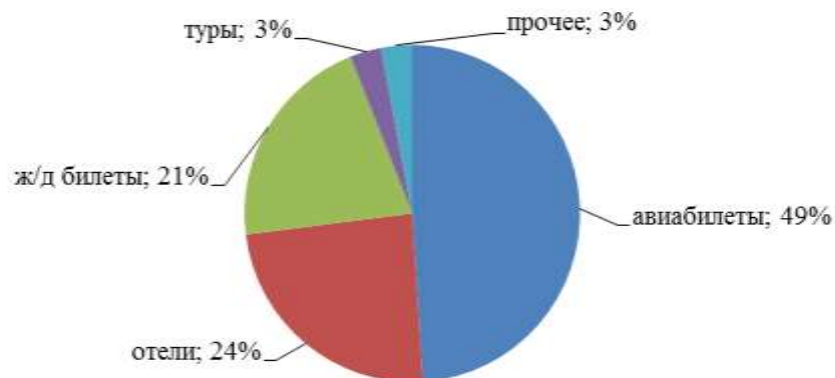


Рис. 2. Структура рынка eTravel в РФ в 2017 г.
Fig. 2. Structure of the eTravel market in the Russian Federation in 2017

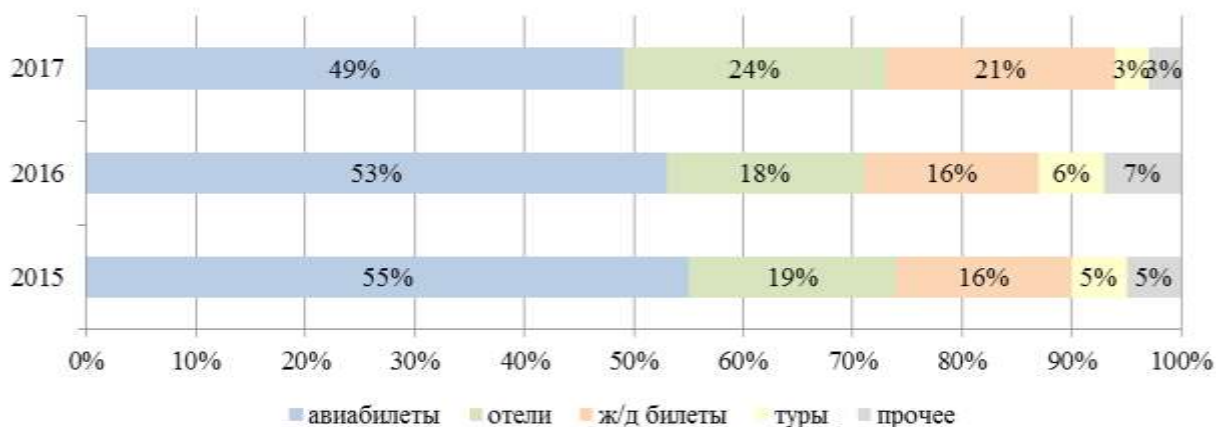


Рис. 3. Динамика сегментов рынка eTravel в РФ в 2015-2017 гг.
Fig. 3. Dynamics of eTravel market segments in Russia in 2015-2017

С 2014 года россияне стали реже летать за границу, но стали чаще пользоваться самолетами для перемещения внутри страны. Начиная с 2017 года динамика изменилась – международные полёты пошли в рост, внутренние, напротив, уменьшились, но при этом остались на высоких по-

казателях. В 2014 году подавляющее большинство (70%) планировали поездки через веб-интерфейс. В 2018 году тренд сменился – сейчас большинству удобнее искать и покупать авиабилеты через смартфон (рис. 4).



Рис. 4. Соотношение способов бронирования авиабилетов в РФ, %
Fig. 4. Ratio of methods of booking flights to Russia, %

В 2018 наблюдался рост авиаперевозок: внутрироссийские перевозки +11% международные +34%, при этом доля дальнего зарубежья в пассажиропотоке достигла 34%. Самым быстрорастущим сегментом в авиаперевозках в 2018 г. были международные чартеры (+61%). С января по август 2019г. 63% бронирований пришлось на авиабилеты по России и 37% – зарубежные (Эксперты рассказали..., 2019). По данным аналитиков, самыми популярными внутренними направлениями стали Симферополь (20,8% от всех продаж по внутренним направлениям), Сочи (14,8%), Краснодар (7,9%), Минеральные воды (6,4%) и Калининград (5,7%). Среди зарубежных маршрутов самые востребованные перелеты в Бургас (8,7% от всех продаж по международным направлениям), Ереван (7,9%), Тиват (3,5%), Барселона (3,4%) и Прага (3,2%).

Средняя продолжительность поездок по России по сравнению с летом 2018 г. увеличилась на один день – с девяти до 10 дней, за границу – осталась на том же уровне – две недели. Россияне стали бронировать авиабилеты заранее: глубина покупки (то есть период до вылета) авиаби-

летов по России выросла с 17 до 19 дней, за границу – с 28 до 30 дней.

Несмотря на развитие рынка онлайн-продаж туристских услуг, крупные туроператоры в России могут не бояться перехода туристов к самостоятельным бронированиям онлайн, так как главным определяющим фактором при покупке тура остается цена. На втором месте – соотношение цены и качества. То есть те туристы, которые уже несколько лет путешествуют, будут смотреть на качество. Массовый туроператор, имеющий собственные чартерные цепочки, собственные отели или гарантированные блоки мест в крупнейших отелях, предлагает туристам уникальные низкие цены, чем обеспечивает свою конкурентоспособность. Также большую роль для туристов играет возможность быть на связи с туроператором и иметь возможность получить помощь и поддержку в случае каких-то проблем. Массовые туроператоры ориентированы на B2B рынок и не планируют расширять продажи туров через интернет для прямых клиентов, предлагая им какие-то скидки и бонусы.

Онлайн-продажи туристских услуг через браузер и приложение имеют свои особенности, которые отражены в таблице.

Таблица

Особенности онлайн-продаж туристских услуг через браузер и приложение

Table

Features of online travel services sales through a browser and application

Продажи через браузер (включая мобильный веб)	Продажи через приложения
Редко летающие пассажиры	Часто летающие пассажиры
Стандартный средний чек	Повышенный средний чек, большой разброс заказов по стоимости
Главный фактор: цена	Главный фактор: удовлетворенность сервисом продавца
Высокие расходы на привлечение трафика	Условно бесплатная аудитория
Преобладание прямых продаж АК над продажами ОТА	Лидерство ОТА
Много трафика (большая аудитория), но низкая конверсия	Небольшая аудитория, но отличная конверсия

Продажи через браузер популярны у потребителей, желающих сэкономить, так как на сайте цена за услугу, как правило, минимальна, но при этом на сайтах популярны именно поисковые запросы, в то время как большинство пользователей совершают покупки через приложения.

Рынок eTravel в РФ имеет хороший потенциал роста: увеличение аудитории возможно за счет тех, кто планирует начать бронировать онлайн билеты в 1,8 раза, отели/туры – в 2,4 раза. Наибольший потенциал роста в сегменте молодой аудитории 18-24 года – в 3,5 раза (Аналитика..., 2016). Рост онлайн-рынка туристских услуг сдерживает нестабильная экономическая ситуация в стране и как следствие – отсутствие поездок на отдых у многих россиян.

Цифровые туристические платформы стали важным источником для путешественников во всем мире (Hojeghan, 2016). Мировые продажи цифровых путешествий, включая авиакомпании, прокат автомобилей, отели, размещение и транспорт увеличатся до 855,07 млрд. долл. к 2021 году (Urquhart, 2019). Онлайн-турагентства (ОТА) и мобильные платежные приложения по всему миру меняют туристическую индустрию (Liberato, 2018; Matteo, 2019). Потребители все чаще бронируют онлайн

благодаря наличию мобильных приложений и низким ценам. В 2018 году продажи туристских услуг по всему миру увеличились на 10,4% до 694,41 млрд. долл.

Высокими темпами роста онлайн-бронирования выделяется Китай (Cai, 2019; Pizam, 2017). Продажи онлайн туристских услуг в Китае составили 133,90 млрд. долл. в 2018 году, что на 20,5% больше, чем в 2017 году. Ожидается, что рост в Китае будет настолько быстрым, что страна почти догонит США по объемам продаж к концу 2022 г. (Global Digital..., 2018).

Рост российского рынка онлайн-бронирования путешествий также характеризуется высокими темпами: переход каналов продаж из офлайн в онлайн и увеличение расходов способствуют устойчивому расширению. Растущий сектор проката автомобилей, быстрое увеличение количества веб-сайтов поставщиков услуг и множество ОТА демонстрируют, что это динамичный рынок (Hasenzahl, 2019).

В начале 2019 года в мире было 4,101 млрд. интернет-пользователей, что составляет 53% всего населения Земли (Статистика Интернета..., 2019). Данный показатель на 3,42 миллиарда превышает количество пользователей Сети, зарегистрированных в конце 2016 года (рис. 5). Густо-

населенная Азия по-прежнему является регионом с наибольшим количеством пользователей, несмотря на это доля абонентов из Азии незначительно сократилась – с 49,7 до 49%. Второе место принадлежит европейцам (16,8%), жителям Африки (11%) и Латинской Америки с республи-

ками Карибского бассейна (10,4%). На долю высокоразвитой и компьютеризированной Северной Америки (США и Канада) в 2019 году приходится всего лишь 8,2% общего числа интернет-пользователей планеты.



Рис. 5. Динамика количества интернет-пользователей в мире
Fig. 5. Trends in the number of Internet users in the world

Доля интернет-пользователей в России – 81% граждан. В том числе 65% выходят в сеть ежедневно. Среди россиян от 18 до 24 лет этот показатель составляет 97% (Количество пользователей..., 2019).

Внедрение технологий способствует развитию самостоятельного туризма, который с каждым годом приобретает все большую популярность (Vishnevskaya, 2017). Современные электронные сервисы существенно упростили подготовку к поездкам как по стране, так и в другие государства. Доступный онлайн-тревел – выбор опытных туристов и новичков, не желающих ограничивать себя рамками предлагаемых туроператорами туров. Самостоятельное путешествие – это легко и удобно. Особенно если знать, где искать информацию о направлениях, перелетах, бронировании отелей.

В сегодняшнем мире каждый второй человек живет в городе. По прогнозам ООН, к 2050 году в городах сконцентрируется более 67% населения Земли. Города играют ведущую роль в мировой экономи-

ке, и эта тенденция с течением времени будет только усиливаться.

Проанализируем влияние развития технологий на формирование комфортной городской среды и туристические потоки. В рамках исследования PwC (PricewaterhouseCoopers) «Будущее близко: индекс готовности городов» проанализировала, насколько готовы крупные города мира к инновационным изменениям, а также оценила текущие возможности мегаполисов для внедрения технологических решений и продуктов в различные социальные сферы, в том числе и туризм (Будущее близко, 2017).

Направления внедрения цифровых технологий в туристскую городскую среду включают:

- онлайн-сервисы с персональными рекомендациями на основе больших данных;
- носимые гаджеты для синхронного перевода;
- сервисы совместного потребления;

умную систему навигации в городе, адаптивную к иностранным языкам;

бесплатный высокоскоростной интернет в общественных местах;

использование мультимедийных технологий и различных гид-приложений в музеях (рис. 6).

Барселона, Сингапур и Шанхай являются лидерами, так как на текущий момент в них представлено больше всего примеров проектов по цифровизации объектов культуры и туризма. Это следует из оценки таких параметров, как наличие мультифункциональных киосков и умных остановок на улицах, наличие продвинутых мобильных приложений для туристов, уровень внедрения инновационных технологий в аэропортах и музеях. Москва за-

нимает четвертое место в рейтинге. Власти поставили перед собой стратегическую цель комплексной информатизации культурного и туристического пространства и формирования единого информационного пространства для индустрии культуры и туризма. На текущий момент Москва имеет высокие показатели развития цифровой инфраструктуры города, например, если рассматривать степень покрытия улиц и парков бесплатным Wi-Fi-сигналом. Организовано 100%-ное покрытие Wi-Fi в метро, работает карточка для туристов – Moscow pass card, которая предоставляет скидки для посещения музеев и городских экскурсий и для проезда на городском транспорте (Аверин, 2019).



Рис. 6. Направления внедрения цифровых технологий в туристскую городскую среду

Fig. 6. Directions of digital technologies introduction into the tourist urban environment

Отметим опыт Москвы, в которой в 2020 году планируется запустить цифровую платформу, включающую в себя сайт и мобильное приложение для использования различных сервисов туристами (Онлайн-гид, 2019). Сервисы будут включать в себя посещение объектов, построение

транспортных схем, бронирование и многое другое. Кроме того, в перспективе с помощью платформы можно будет оформить электронную визу для посещения России. Также она позволит туристам создать собственное уникальное путешествие по столице и сделает его удобным,

собрать воедино городские сервисы, услуги и достопримечательности. Сервис будет доступен на шести языках с круглосуточной службой поддержки. Интеллектуальная цифровая туристическая платформа получит название Russpass.

В ближайшем будущем будут развиваться проекты в области цифровизации туристических и культурных пространств города, в том числе: система навигации с элементами дополненной реальности, синхронный перевод с использованием нейронных сетей, доступный мобильный интернет для туристов и персонализированные онлайн-сервисы.

Заключение. Проведенное исследование показало, что в последние годы туристская индустрия в России и в мире формировалась под воздействием факторов, обусловленных развитием цифровых технологий. Это требует от участников туристского рынка понимания новых тенденций и течений, трансформирующих бизнес путем изменения способа общения, сотрудничества, обмена информацией. Цифровые технологии радикально изменили образ жизни, досуг, отдых, мобильность и туризм во всех его формах. Для развития туризма в РФ на региональном уровне необходимо разрабатывать туристические продукты для их реализации в новой цифровой среде, раскрывающие потенциал и возможности дестинаций.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Аверин Д. Готовность крупнейших городов к цифровому будущему. URL: <https://tjournal.ru/flood/60636-gotovnost-krupneyshih-gorodov-k-cifrovomu-budushchemu> (дата обращения: 29.09.2019).

Аналитика Data Insight. eTravel: цифры и тренды. URL: <https://hotelier.pro/tourizm/item/2168-etravel/> (дата обращения: 29.09.2019).

Будущее близко: индекс готовности городов. URL: <https://www.pwc.ru/ru/assets/the-future-is-coming-rus.pdf> (дата обращения: 29.09.2019).

Вишневская Е.В., Климова ТБ. Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т3. №1. С. 22-33.

eTravel в России – 2018. Статистика и тенденции. URL: <http://datainsight.ru/sites/default/files/DI-TravelHub-2018.pdf> (дата обращения: 29.09.2019).

Как изменится туризм в 2019 году. URL: <https://www.tourdom.ru/hotline/it-razrabotki-dlya-turbiznesa/kak-izmenitsya-turizm-v-2019-godu/> (дата обращения: 29.09.2019).

Количество пользователей интернета в России. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения: 29.09.2019).

Компания Booking.com назвала тенденции устойчивого туризма URL: <https://news.booking.com/sustainabilityreport2017/> (дата обращения: 29.09.2019).

Онлайн-гид для туристов появится в Москве в 2020 году. URL: <https://iz.ru/926381/2019-09-28/onlain-gid-dlia-turistov-poiavitsia-v-moskve-v-2020-godu> (дата обращения: 23.09.2019).

Слинкова О.К. Агротуризм в системе мирового туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т3. №3. С. 74-82.

Статистика Интернета 2019: трафик, сайты и блоги, домены, социальные медиа, онлайн-реклама и электронная коммерция – свежие цифры и факты. URL: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/statistika-interneta-2019-trafik-sayty-i-blogi-domeny-sotsialnye-media-onlayn-reklama-i-elektronnaya> (дата обращения: 29.09.2019).

Эксперты рассказали, как изменились траты туристов на авиаперелеты URL: <https://ria.ru/20190822/1557776933.html> (дата обращения: 29.09.2019).

Cai, Wenjie (2019), Progress on Technology Use in Tourism, Journal of Hospitality and Tourism Technology. Available at: https://www.researchgate.net/publication/332672740_Progress_on_Technology_Use_in_Tourism (Accessed 28.09.2019).

Global Digital Travel Sales 2018. Available at: <https://www.emarketer.com/content/global-digital-travel-sales-2018> (Accessed: 29.09.2019).

Hasenzahl, Lea (2019), Digital transformation in the national tourism policies. Conference: 20th Annual International Conference on Digital Government Research. Available at: https://www.researchgate.net/publication/333792896_Digital_transformation_in_the_national_tourism_policies (Accessed 19.09.2019).

Hojeghan, Samira (2016), Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19: 308-316. Available at: https://www.researchgate.net/publication/251714067_Digital_economy_and_tourism_impacts_influences_and_challenges (Accessed 08.09.2019).

Koroleva, I.S., Komarova, M.E. and Zhilenko, V.Yu. (2017) Development of information and communication technologies in the field of tourism through the creation of a database. *Scientific result. Business and Service Technologies*. 2017. Т3. № 2. С. 9-18.

Liberato, Pedro (2018), The Information Technologies in the Competitiveness of the Tourism Sector. Conference: International Conference on Information Technology & Systems (ICITS 2018). Available at: https://www.researchgate.net/publication/322247972_The_Information_Technologies_in_the_Competitiveness_of_the_Tourism_Sector (Accessed 18.09.2019).

Matteo, Dante (2018), Tourism and digital endowment in Italy: a spatial analysis. *Annali del Turismo*, VII. Available at: https://www.researchgate.net/publication/333812432_Tourism_and_digital_endowment_in_Italy_a_spatial_analysis/stats (Accessed 18.09.2019).

Pizam, A. (2017), The internet of things (IoT): The next challenge to the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 62 (April), pp. 132-133. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.002> (Accessed 22.09.2019).

Urquhart, Ellis (2019), Technological mediation in the future of experiential tourism. Special Issue «The future of experiential travel» in Elsevier's *Journal of Tourism Futures*. Available at: <https://www.emarketer.com/Report/Global-Digital-Travel-Platforms-2017-Country-by-Country-Review-of-Top-Travel-Sites/2002133> (Accessed 22.09.2019).

Vishnevskaya, E.V., Klimova, T.B., Slinkova, O.K. and Glumova Y.G. (2017), The influence of virtual information space on tourism development. *Revista Espacios*, 38 (49), p. 22. Available at:

<http://www.revistaespacios.com/a17v38n49/17384922.html> (Accessed 23.09.2019).

References

Averin, D. (2017), Readiness of major cities for a digital future [Online], available at: <https://tjournal.ru/flood/60636-gotovnost-krupneyshih-gorodov-k-cifrovomu-budushchemu> (Accessed 29 September 2019).

Cai, Wenjie (2019), “Progress on Technology Use in Tourism”, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, [Online], available at: https://www.researchgate.net/publication/332672740_Progress_on_Technology_Use_in_Tourism (Accessed 28 September 2019).

Data Insight analytics (2016), eTravel: numbers and trends [Online], available at: <http://hotelier.pro/tourizm/item/2168-ettravel/> (Accessed 29 September 2019).

eTravel in Russia – 2018. Statistics and trends (2018), [Online], available at: <http://datainsight.ru/sites/default/files/DI-TravelHub-2018.pdf> (Accessed 29 September 2019).

Experts told how the spending of tourists on flights has changed (2019), [Online], available at: <https://ria.ru/20190822/1557776933.html> (Accessed 29 September 2019).

Global Digital Travel Sales 2018 [Online], available at: <https://www.emarketer.com/content/global-digital-travel-sales-2018> (Accessed 29 September 2019).

Hasenzahl, Lea (2019), “Digital transformation in the national tourism policies”, *Conference: The 20th Annual International Conference on Digital Government Research*, [Online], available at: https://www.researchgate.net/publication/333792896_Digital_transformation_in_the_national_tourism_policies (Accessed 19 September 2019).

Hojeghan, Samira (2016), “Digital economy and tourism impacts, influences and challenges”, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19: 308-316, [Online], available at: https://www.researchgate.net/publication/251714067_Digital_economy_and_tourism_impacts_influences_and_challenges (Accessed 08 September 2019).

How tourism will change in 2019 (2018), [Online], available at: <https://www.tourdom.ru/hotline/it-razrabotki-dlya-turbiznesa/kak-izmenitsya-turizm-v-2019-godu/> (Accessed 29 September 2019).

Koroleva, I.S., Komarova, M.E. and Zhilenko, V.Yu. (2017), “Development of information and

communication technologies in the field of tourism through the creation of a database”, *Research Result. Business and Service Technologies*, Vol. 3, 2, pp. 9-18.

Liberato, Pedro (2018), “The Information Technologies in the Competitiveness of the Tourism Sector”, *Conference: International Conference on Information Technology & Systems*, [Online], available at: https://www.researchgate.net/publication/322247972_The_Information_Technologies_in_the_Competitiveness_of_the_Tourism_Sector (Accessed 18 September 2019).

Matteo, Dante (2018), “Tourism and digital endowment in Italy: a spatial analysis”, *Annali del Turismo*, VII, [Online], available at: https://www.researchgate.net/publication/333812432_Tourism_and_digital_endowment_in_Italy_a_spatial_analysis/stats (Accessed 18 September 2019).

Online guide for tourists to appear in Moscow in 2020 (2019), [Online], available at: <https://iz.ru/926381/2019-09-28/onlain-gid-dlia-turistov-poiavitsia-v-moskve-v-2020-godu> (Accessed 23 September 2019).

Pizam, A. (2017), “The Internet of things (IoT): The next challenge to the hospitality industry”, *International Journal of Hospitality Management*, 62 (April), pp. 132-133, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.002> (Accessed 22 September 2019).

Slinkova, O.K. (2017), “Agrotourism in the system of the world tourist market”, *Research Result. Business and Service Technologies*, Vol.3, 3, pp. 74-82.

Statistics of the Internet of 2019: traffic, the websites and blogs, domains, social media, online advertising and electronic commerce – fresh digits and the facts (2019), [Online], available at: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/statistika-interneta-2019-trafik-sayty-i-blogi-domeny-sotsialnye-media-onlayn-reklama-i-elektronnaya> (Accessed 29 September 2019).

The company Booking.com named trends of sustainable tourism (2017), [Online], available at: <https://news.booking.com/sustainabilityreport2017/> (Accessed 29 September 2019).

The future is close: the cities readiness index (2017), [Online], available at: <https://www.pwc.ru/ru/assets/the-future-is-coming-rus.pdf> (Accessed 29 September 2019).

The Number of Internet users in Russia (2018), [Online], available at: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (Accessed 29 September 2019).

Vishnevskaya, E.V. and Klimova, T.B. (2017), “Prospects for development of virtual information space in tourism industry”, *Research Result. Business and Service Technologies*, Vol.3, pp. 22-33.

Vishnevskaya, E.V., Klimova, T.B., Slinkova, O.K. and Glumova Y.G. (2017), “The influence of virtual information space on tourism development”, *Revista Espacios*, 38 (49), p. 22, [Online], available at: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n49/17384922.html> (Accessed 23 September 2019).

Данные об авторе

Вишневская Екатерина Владимировна, к.э.н., доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления

Information about the author

Ekaterina V. Vishnevskaya, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of International Tourism and Hotel Business