

## РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья

УДК 338.48:004.9

doi:10.46554/1993-0453-2023-6-224-27-38

### Стратегические направления преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации

Лейла Айваровна Гамидулаева<sup>1</sup>, Светлана Владимировна Зинченко<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

<sup>1</sup> gamidullaeva@gmail.com

<sup>2</sup> slatynova@mail.ru

**Аннотация.** Сегодня цифровизация становится одним из ключевых трендов развития различных отраслей и сфер деятельности, в том числе туристской индустрии, где применение цифровых технологий изменило алгоритмы оказания туристских услуг и бизнес-модели туристских организаций, потребительское поведение, повлияв на всю парадигму туристского бизнеса. В статье авторами определен пул цифровых технологий, используемых организациями туристской индустрии, в том числе Пензенской области, разработаны предложения для дорожной карты развития туризма в Пензенской области, касающиеся достижения цели цифровой трансформации туризма. Разработка туристской политики в направлении достижения цели цифровой трансформации туристской индустрии поможет Пензенской области выстроить клиентоориентированную стратегию, повысить свою конкурентоспособность на рынке онлайн-туризма, создать дополнительные туристские потоки онлайн-путешественников и будет способствовать экономическому росту.

**Ключевые слова:** цифровой туризм, цифровая туристская экосистема, цифровая трансформация туристской индустрии

**Основные положения:**

♦ одной из целей развития туристской индустрии РФ и отдельных регионов страны должна стать ее цифровая трансформация;

♦ для достижения цели цифровой трансформации туристской индустрии требуются формирование цифровой туристской экосистемы, использование цифровой аналитики данных и разработка единой коммуникационной стратегии в онлайн-пространстве;

♦ достижение цели цифровой трансформации туристской индустрии позволит российским регионам повысить свою конкурентоспособность и привлечь дополнительные туристские потоки.

**Благодарности:** исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда № 22-28-20524 «Цифровизация управления жизненным циклом внутреннего регионального туристского продукта на основе технологии блокчейн», <https://rscf.ru/project/22-28-20524/>.

**Для цитирования:** Гамидулаева Л.А., Зинченко С.В. Стратегические направления преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 6 (224). С. 27–38. doi:10.46554/1993-0453-2023-6-224-27-38.

Original article

## Strategic directions for transformation of the tourism industry of the Penza region in response to the global trend of digital transformation

Leyla A. Gamidullaeva<sup>1</sup>, Svetlana V. Zinchenko<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Penza State University, Penza, Russia

<sup>1</sup> gamidullaeva@gmail.com

<sup>2</sup> slatynova@mail.ru

**Abstract.** Today, digitalization is becoming one of the key trends in the development of various industries and areas of activity, including the tourism industry, where the use of digital technologies has changed algorithms for the provision of tourism services and the business models of tourism organizations, consumer behavior, influencing the entire paradigm of the tourism business. In the article, the authors identified a pool of digital technologies applied by tourism industry organizations, including the Penza region, and developed proposals for a roadmap for tourism development in the Penza region regarding achieving the goal of the digital transformation of tourism. Developing a tourism policy towards achieving the goal of the digital transformation of the tourism industry will help the Penza region build a customer-oriented strategy, increase its competitiveness in the online tourism market, create additional tourist flows of online travelers and contribute to the economic growth.

**Keywords:** digital tourism, digital tourism ecosystem, digital transformation of the tourism industry

### Highlights:

- ◆ one of the goals for the development of the tourism industry of the Russian Federation and individual regions of the country should be the digital transformation;
- ◆ to achieve the goal of the digital transformation of the tourism industry, the formation of a digital tourism ecosystem, the application of digital data analytics and the development of a unified communication strategy in the online space are required;
- ◆ achieving the goal of the digital transformation of the tourism industry will allow the Russian territories to increase their competitiveness and attract additional tourist flows.

**Acknowledgments:** this research was funded by grant from the Russian Science Foundation (RSF) and Penza Oblast (Russia) (project No. 22-28-20524), <https://rscf.ru/en/project/22-28-20524/>.

**For citation:** Gamidullaeva L.A., Zinchenko S.V. Strategic directions for transformation of the tourism industry of the Penza region in response to the global trend of digital transformation // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 6 (224). Pp. 27–38. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-6-224-27-38.

### Введение

Повсеместное распространение цифровых технологий привело к существенным изменениям в национальной экономике, цифровой трансформации государства, бизнеса и клиентского опыта. В 2017 г. в РФ была принята Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года [1], а с 2019 г. реализуется национальный проект «Цифровая экономика РФ», который вклю-

чает ряд федеральных проектов – «Нормативное регулирование цифровой среды», «Кадры для цифровой экономики», «Информационная инфраструктура», «Информационная безопасность», «Цифровые технологии», «Цифровое государственное управление», направленных на развитие цифровой экономики в стране, создание доступной населению и бизнесу информационно-коммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи данных, об-

работку и хранение больших объемов данных, использование отечественного программного обеспечения [2].

Основные показатели достижения национальной цели цифровой трансформации утверждены в Указе Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» и включают показатели достижения цифровой зрелости ключевых отраслей экономики и социальной сферы, государственного управления, долю доступных в электронном виде массовых социально значимых услуг, долю домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к интернету, объем вложений в российские цифровые решения [3]. Данные по достижению этих показателей в РФ в 2022 г. представлены в таблице и свидетельствуют о том, что основные плановые показатели национальной цели были перевыполнены [4].

Цифровая трансформация государства является одной из национальных целей развития РФ и требует формулировки задач и их детализации на уровне отдельных отраслей, в том числе туристской индустрии, с учетом региональной специфики. Целью данного исследования является определение стратегических направлений преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации государства, бизнеса и клиентского опыта.

Актуальным как внутри страны, так и на уровне межстрановой конкуренции становится стратегическое планирование развития туристской индустрии в РФ и ее отдельных регионах в контексте цифровой трансформации

государства, бизнеса и клиентского опыта [5]. Цели цифровой трансформации туристской индустрии закреплены в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [6] и национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» [7]. Что касается показателей цифровой зрелости туристской индустрии, то в 2021 г. Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представил Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы по отраслям. Максимальное значение индекса было получено в следующих сферах: сфере информационных технологий (33,9 пункта), сфере информации и связи (28,6 пункта), сфере высшего образования (23,9 пункта). В сфере «Гостиницы и общественное питание» индекс принимал среднее значение и был равен 14,8 пункта (+0,7 к 2020 г.), в сфере «Культура и спорт» – 11,8 пункта (0,9 к 2020 г.) [8]. Данные показатели подчеркивают важность разработки мероприятий по их повышению как на уровне всей страны, так и ее отдельных регионов.

Аспекты развития туристской индустрии в контексте цифровой трансформации изучаются многими российскими учеными: И.В. Богомазовой, Е.В. Аноприевой, Т.Б. Климовой [9], Л.А. Овчаренко, Э.М. Лебезовой [10], Е.В. Вишневской [11], И.З. Чхотуа [12], Т. Толмачевой, С. Патрикеевой [13], М.А. Морозовым, Н.С. Морозовой [14], М.В. Козловым, В.Е. Брыксиным, Е.Е. Немчиновой [15], К.К. Левченко [16], А.Б. Жеруковой, З.И. Теммоевой, Н.Е. Кулюшиной, З.С. Бекалдиевой [17] и другими, в работах которых представ-

**Показатели достижения цифровой зрелости ключевых отраслей экономики и социальной сферы, государственного управления, 2022 г.\***

№ п/п	Показатели	Фактический показатель, 2022 г.	Плановый показатель, 2022 г.
1	Уровень достижения цифровой зрелости	65,8%	56,2%
2	Доля массовых социально значимых услуг в электронном виде	99,97%	65%
3	Доля домохозяйств, которым обеспечен широкополосный доступ к интернету	86,1%	80%
4	Объем вложений в отечественные IT-решения	521,9 млрд руб., уровень увеличения – 157,4%	156%

\* Составлено по: Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год. URL: <https://www.garant.ru/article/1605871> (дата обращения: 29.09.2023).

лены исследования трендов цифровой трансформации туристской индустрии, определены цифровые технологии, используемые в туризме. Особого интереса заслуживают работы И.В. Богомазовой, Т.Б. Климовой [18], Е.И. Макриновой, А.П. Сотник, И.С. Хайдарова [19], Ю.А. Кабелкайте-Вайткене [20], М.А. Морозова, Н.С. Морозовой [21], А.С. Арефьева [22], Е.А. Семеновой, Н.Н. Новоселовой, В.В. Хубуловой [23], в которых подчеркивается актуальность формирования цифровых туристских экосистем. Ученые отмечают, что цифровая трансформация туристского бизнеса и туристской индустрии РФ в целом является необходимым условием формирования положительного клиентского опыта потребителей туристских услуг с целью достижения конкурентных преимуществ. Актуальными становятся изучение аспектов цифровой трансформации туристской индустрии в контексте отдельных регионов и необходимость выработки стратегических решений в направлении повышения их цифровой активности, что делает работу научно и практически значимой.

### Методы

С целью определения стратегических направлений преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации государства, бизнеса и клиентского опыта предполагается определить пул используемых туристским бизнесом и туристскими администрациями цифровых технологий, проанализировать имеющиеся в регионе направления работы и сформировать предложения для дорожной карты развития туризма в Пензенской области, касающиеся достижения цели цифровой трансформации туризма.

При проведении исследования были использованы методы анализа и синтеза, сравнения и обобщения информации, системный, монографический, статистический методы анализа, на основе которых были изучены существующие цифровые технологии и направления их использования организациями туристской индустрии РФ, определен стратегический вектор развития туристской индустрии Пензенской области.

Информационной базой исследования послужили результаты научных и маркетинговых исследований туристского рынка, нормативно-правовые документы в сфере туризма, материалы Министерства культуры и туризма Пензенской области, а также публикации экспертов, отраслевые аналитические обзоры, собственные исследования авторов.

### Результаты

Внедрение цифровых технологий в туристскую индустрию началось с появления систем бронирования и получило свое развитие после широкого распространения интернета, стимулирующего возникновение новых туристских сервисов, мобильных приложений и маркетплейсов по продаже туристских продуктов и услуг, разработку программных продуктов для участников туристского рынка. В настоящий момент неизбежный переход туристской индустрии в цифровое пространство очевиден. Исследование «Цифровые сервисы операторов связи», проведенное в 2021 г. организацией «iKS-Consulting» [24], позволило выявить более 125 цифровых сервисов, разработанных для использования туристами, среди которых можно выделить:

- ◆ туристские информационные порталы (их доля на момент исследования составила 48%);
  - ◆ сервисы онлайн-бронирования туристских продуктов и услуг и агрегаторы, метапоисковики (их доля на момент исследования составила 29% и 13% соответственно);
  - ◆ онлайн-агентства;
  - ◆ сервисы построения туристских маршрутов, планировщики путешествий;
  - ◆ сервисы виртуальных путешествий, аудио-экскурсий;
  - ◆ прочие сервисы: поиск попутчиков, интерактивные карты городов, туристские гиды, переводчики, сервисы с отзывами путешественников, туристские социальные сети, переводчики, сервисы онлайн-страхования и др.
- На рынке представлено разнообразие цифровых решений и программных продуктов для туристского бизнеса – CRM-системы, сервисы автоматизации бизнеса, разработки туров и др.

Большая часть перечисленных сервисов и программных продуктов работает на базе современных цифровых технологий – искусственного интеллекта, аналитике больших данных, технологиях виртуальной и дополненной реальности, интернета вещей и т.п.

Сами путешественники продолжают стимулировать развитие цифровых сервисов и ускоряют цифровую трансформацию туристского бизнеса, меняя модели потребления, самостоятельно выбирая туры и отдельные туристские услуги в онлайн-пространстве, покупая авиабилеты и планируя путешествия в мобильных приложениях, стремясь к получению персонализированных услуг. Согласно данным ежегодного исследования «Экономика Рунета», объем продаж туристских услуг в онлайн-пространстве в 2022 г. достиг 415,7 млрд руб. и вырос на 18% относительно 2021 г. [25].

Можно отметить, что использование цифровых решений в туристской индустрии дает ряд преимуществ организациям туристского бизнеса, туристским администрациям и туристам. Специалисты компании «Tourism Economics», моделируя дополнительное влияние использования цифровых технологий на количество ночевков туристов в РФ, выявили, что в 2019 г. 76% ночевков в РФ (против 45% в 2012 г., 57% в 2014 г.) было забронировано или спланировано с помощью цифровых решений и платформ, а в 2019 г. более активное использование цифрового контента в период с 2014 по 2019 г. дополнительно принесло 7,5 млрд долл. в ВВП России, обеспечило 362 тыс. рабочих мест, что составило две трети роста за анализируемый период [26].

На данный момент в РФ используется не весь потенциал цифровых решений для туристской индустрии, особенно на уровне отдельных регионов, что требует разработки мероприятий по повышению их цифровой активности. Одной из задач Стратегии развития туризма в Пензенской области на период до 2035 года является цифровизация сферы туризма, что предполагает внедрение цифровых технологий в деятельность туристских организаций и административных органов, развитие мультязычных сервисов для туристов, разработку электронной туристской карты гостя, формирование туристской экосистемы, объ-

единяющей участников туристского рынка с целью создания лучшего клиентского опыта, разработку туристского маркетплейса и другие мероприятия [27].

Уровень цифровизации туристской индустрии в регионах отслеживается при подсчете индекса цифровизации городского хозяйства «IQ городов», разработанного Минстроем России совместно с МГУ имени Ломоносова с целью оценки эффективности решений городов и регионов по проекту «Умный город». Расчет «IQ городов» осуществляется на основе 47 показателей по нескольким направлениям, в том числе «туризм и сервис», которое характеризуется следующими метриками – наличие комплексной системы информирования гостей города и ее востребованность (количество просмотров онлайн-портала города на 10 тыс. человек его населения), наличие электронных карт гостя города и количество их уникальных активных пользователей. Так, по итогам 2020 г. среди крупных городов с населением от 250 тыс. до 1 млн человек индекс города Пенза был равен 41,49 пункта против 75,75 у лидера – Белгорода и 35,95 у Владивостока, находящегося на последней позиции среди данной группы городов [28], что говорит о необходимости выработки стратегических решений в направлении повышения показателей достижения целей цифровой трансформации.

В рамках данного исследования нами предлагаются следующие стратегические направления работы для дорожной карты развития туризма в Пензенской области, позволяющие повысить показатели цифровой активности туристских организаций и туристских администраций региона:

1. Разработка и корректировка политики Пензенской области в направлении цифровой трансформации туристской индустрии региона. Как мы уже отмечали, цели цифровой трансформации закреплены в Стратегии развития туризма в Пензенской области на период до 2035 года [27]. Важным направлением работы здесь должна стать разработка системы ключевых показателей эффективности функционирования региональной туристской индустрии в цифровом пространстве.

2. Создание цифровой туристской экосистемы Пензенской области и в будущем ее ин-

теграция в национальную цифровую туристскую экосистему РФ.

Цифровизация туристской индустрии предполагает перестройку бизнес-процессов, появление новых бизнес-моделей с целью создания ценностного предложения для туристов и повышения конкурентоспособности как отдельных туристских организаций, так и дестинаций. Многие туристские компании разрабатывают цифровые экосистемы бизнеса, на уровне регионов появляются цифровые региональные туристские экосистемы, на уровне стран – национальные. Если рассматривать уровень региона, то предполагается, что цифровая туристская экосистема объединит всех участников региональной туристской индустрии – туристские администрации, бизнес и потребителей, интегрируя на единой цифровой платформе различные сервисы по оказанию туристских услуг с целью формирования наилучшего клиентского опыта для туристов, улучшения опыта бизнес-взаимодействия организаций туристской индустрии между собой и с туристскими администрациями и снижения транзакционных издержек.

Основателем и держателем цифровой платформы туристской экосистемы Пензенской области может стать орган местного управления в сфере туризма – Министерство культуры и туризма Пензенской области. В настоящее время основной цифровой платформой, на которой интегрируется информация о туристской индустрии региона, является портал «Туризм и отдых в Пензенской области» [29], держателем которого и является Министерство культуры и туризма региона. Портал выполняет в большей степени информационную функцию, не являясь цифровой туристской экосистемой. Актуальной задачей становится модернизация и развитие данного ресурса как цифровой платформы за счет использования цифровых решений, привлечения региональных стейкхолдеров, интеграции его с российскими цифровыми системами для туристов, например, национальным порталом «Russia Travel» [30].

Концептуальная архитектура региональной цифровой туристской экосистемы Пензенской области может включать следующие компоненты – семантическое ядро (полные дан-

ные о туристской индустрии, классификаторы, стандарты, схемы взаимодействия), технологическую инфраструктуру, пользовательские интерфейсы и охватывать сферу координации туристской индустрии региона, бизнес-сферу и сферу потребления [19; 21]. Обязательным условием функционирования цифровой туристской экосистемы должна стать интеграция в нее туристского маркетплейса – системы по информированию туристов, бронированию туристских продуктов и услуг на территории Пензенской области, предусматривающей возможность оставить отзывы о путешествии.

Актуально строить подобную экосистему в контексте государственно-частного партнерства с целью реализации клиентоцентричной модели функционирования туристской индустрии региона, направленной на максимально полное удовлетворение потребностей путешественников.

3. Сбор цифровых данных и использование цифровой аналитики данных для принятия стратегических и маркетинговых решений как на уровне туристских администраций, так и на уровне организаций туристского бизнеса.

Сбор обезличенных, но актуальных, агрегированных и детализированных данных в быстроменяющихся условиях возможен в условиях цифровизации клиентского опыта при формировании региональной цифровой туристской экосистемы и позволит анализировать туристские потоки региона, выявлять сегменты путешественников, понимать их потребности, прогнозировать их потребительское поведение на рынке и принимать обоснованные решения по управлению клиентским опытом, инвестициям в бизнес-проекты.

На данный момент в Пензенской области отсутствует единая информационно-аналитическая система сбора данных для принятия управленческих решений в сфере туризма. Как правило, используются данные Пензастата или данные, собранные Министерством культуры и туризма Пензенской области для конкретных целей. При этом на российском рынке уже активно используются обезличенные данные компаний, имеющих цифровые туристские платформы и занимающихся геоаналитикой, – Сбер, МегаФон, Яндекс, Тинькофф и др. Цифровые решения этих компаний могут

помочь в получении данных о туристских потоках, построении цифровых профилей туристов.

4. Использование цифровых каналов коммуникаций с потенциальными путешественниками и стейкхолдерами с целью создания единого образа туристской территории с единым коммуникационным сообщением и формирования бренда туристского направления.

Политика в этом направлении предполагает разработку контент-стратегии, контент-плана и единых информационных и рекламных материалов в актуальной для потребителя форме (текстовом, графическом, аудио- и видеоформатах, в формате подкастов и т.п.), использование современных цифровых платформ и каналов для распространения информации, в том числе цифровой платформы региональной туристской экосистемы, социальных сетей.

Информационные материалы в Пензенской области аккумулируются на платформе «Туризм и отдых в Пензенской области», где

представлен путеводитель по туристским объектам региона, текстовый и видеоконтент, для коммуникаций с клиентами используются популярные у туристов социальные сети и мессенджеры (ВКонтакте [31], Одноклассники [32], Телеграм [33]), а также материалы Туристско-информационного центра Пензенской области. При этом в коммуникационной стратегии не используется возможность создания и трансляции персонализированных сообщений на основе сбора и аналитики данных, современные навигационные и картографические сервисы для туристов, голосовые помощники, аудио-экскурсии и другие современные цифровые технологии. В регионе отсутствует электронная туристская карта гостя, появление которой позволит создать эффективную систему коммуникаций с путешественниками и предполагает использование мобильного приложения, позволяющего бронировать туристские продукты и услуги, прокладывать маршруты путешествия, использовать аудио-



Рис. Стратегические направления преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации

экскурсии и потреблять другой контент, оставлять отзывы.

5. Развитие цифровых навыков у работников организаций туристской индустрии (туристского бизнеса и туристских администраций), что предполагает обучение практикам работы в цифровой среде и использованию цифровых технологий.

Основные рекомендуемые стратегические направления преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации представлены на рисунке.

### Обсуждение

В ситуации продолжения процессов цифровой трансформации, активного внедрения цифровых технологий в деятельность государства, бизнеса и жизнь людей использование цифровых решений для развития туристской индустрии позволит повысить конкурентоспособность как отдельных туристских направлений, так и РФ в целом. За счет повышения цифровой активности организаций туристской индустрии, формирования цифровой туристской экосистемы региона, использования цифровой аналитики, единой цифровой контент-стратегии туристская политика Пензенской области станет более клиентоориентированной, что поможет региону оставаться более конкуренто-

способным на рынке онлайн-туризма, создавать дополнительные туристские потоки онлайн-путешественников и будет способствовать экономическому росту. В таких условиях туристским администрациям необходимо стимулировать рост инвестиций в цифровые программы.

Теоретический вклад проведенного исследования состоит в раскрытии аспектов цифровой трансформации туристской индустрии, которая предполагает активность в направлении формирования цифровой туристской экосистемы и использование современных цифровых технологий.

С практической точки зрения рассматриваемая тема будет интересна организациям туристского бизнеса, в том числе туристским администрациям Пензенской области с позиции выработки стратегических направлений преобразований туристской индустрии в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации.

### Заключение

Полученные частные выводы по результатам исследования цифровизации туристской индустрии Пензенской области позволяют предположить, что подобные тенденции характерны и для других региональных туристских индустрий РФ.

### Список источников

1. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года. URL: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf> (дата обращения: 29.09.2023).
2. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24.12.2018 № 16. URL: <https://base.garant.ru/72190282> (дата обращения: 29.09.2023).
3. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года: указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1401794> (дата обращения: 29.09.2023).
4. Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год. URL: <https://www.garant.ru/article/1605871> (дата обращения: 29.09.2023).
5. Стратегия цифровой трансформации: написать, чтобы выполнить / под ред. Е.Г. Потаповой, П.М. Потеева, М.С. Шклярук. Москва: РАНХиГС, 2021. 184 с. URL: <https://storage.strategy24.ru/files/news/202102/ff00a177b3fa0bb25513e8e59ad097d5.pdf> (дата обращения: 28.09.2023).
6. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201909230010?index=2> (дата обращения: 29.09.2023).
7. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»: утв. Ростуризмом. URL: [https://yakovgo.gosuslugi.ru/netcat\\_files/112/2945/Nats\\_proekt\\_Turizm\\_2\\_.pdf](https://yakovgo.gosuslugi.ru/netcat_files/112/2945/Nats_proekt_Turizm_2_.pdf) (дата обращения: 29.09.2023).



8. Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы / НИУ ВШЭ. URL: <https://issek.hse.ru/news/783750202.html> (дата обращения: 29.09.2023).
9. 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.
10. Овчаренко Л.А., Лебезова Э.М. Цифровизация как новая парадигма управления развитием туризма // Век качества : электронный научный журнал. 2021. № 4. С. 106–126. URL: <http://www.agequal.ru/pdf/2021/421006.pdf> (дата обращения: 29.09.2023).
11. Вишневская Е.В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Т. 5, № 4. С. 12–24. doi:10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2.
12. Чхотау И.З. Стратегические направления развития туристской отрасли в цифровой экономике // Управленческое консультирование. 2021. № 4. С. 81–96. doi:10.22394/1726-1139-2021-4-81-96.
13. Толмачева Т., Патрикеева С. Цифровые сервисы в индустрии гостеприимства: произойдет ли перезагрузка? // ИКС. 2021. № 4. URL: <https://www.iksmedia.ru/articles/5869071-Czifrovye-servisy-v-industrii-goste.html> (дата обращения: 29.09.2023).
14. 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.
15. Козлов М.В., Брыксин В.Е., Немчинова Е.Е. Факторы влияния цифровизации на туристский бизнес // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 2-1. С. 52–56. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=2691> (дата обращения: 29.09.2023).
16. Левченко К.К. Ключевые индикаторы цифровой активности субъектов индустрии туризма // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 3-1. С. 192–194. doi:10.24412/2411-0450-2022-3-1-192-194.
17. Драйверы цифровой трансформации индустрии туризма и гостеприимства / А.Б. Жерукова, З.И. Теммоева, Н.Е. Кулюшина, З.С. Бекалдиева // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2023. № 1. С. 182–189. doi:10.47576/2949-1894\_2023\_1\_182.
18. Богомазова И.В., Климова Т.Б. Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма // Экономика. Информатика. 2022. № 49 (4). С. 718–730. doi:10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730.
19. Макринова Е.И., Сотник А.П., Хайдаров И.С. Модели и технологии развития туризма в мейнстриме цифровой экономики // Фундаментальные исследования. 2020. № 3. С. 72–77. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42702> (дата обращения: 29.09.2023).
20. Кабелкайте-Вайткене Ю.А. Бизнес-модели в сфере гостеприимства и их цифровая трансформация // Российские регионы: взгляд в будущее. 2021. № 3. С. 20–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-modeli-v-sfere-gostepriimstva-i-ih-tsifrovaya-transformatsiya> (дата обращения: 29.09.2023).
21. Морозов М.А., Морозова Н.С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14, № 4. С. 27–36. doi:10.24411/1995-0411-2020-10402.
22. Арефьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. 2020. № 3. С. 22–34.
23. Семенова Е.А., Новоселова Н.Н., Хубулова В.В. Цифровая платформа как основа развития социально-экономической системы (на примере туристической отрасли Северо-Кавказского региона) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. Т. 8, № 1. С. 49–61. doi:10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-5.
24. Цифровые сервисы операторов связи для бизнеса. URL: <http://survey.iksconsulting.ru/page20406855.html> (дата обращения: 29.09.2023).
25. Рынок онлайн-торговли вырос почти на треть по итогам 2022 года. URL: <https://quokka.media/novosti/internet-torgovlya/rynok-onlajn-torgovli-vyros-na-tret-v-2022> (дата обращения: 29.09.2023).
26. Данные и цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России // Tourism Economics. 40 с. URL: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Russia-Final-Small-Russian.pdf> (дата обращения: 29.09.2023).
27. Стратегия развития туризма в Пензенской области на период до 2035 года // Министерство культуры и туризма Пензенской области : официальный сайт. URL: <https://minkult.pnzreg.ru/taill/turizm-> (дата обращения: 29.09.2023).

28. Результаты оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства Российской Федерации (IQ городов) по итогам 2020 года / Минстрой России. URL: <https://www.tadviser.ru/images/c/cc/List-s-gorodami-IQ-Final.pdf> (дата обращения: 29.09.2023).

29. Туризм и отдых в Пензенской области. URL: <https://welcome2penza.ru> (дата обращения: 29.09.2023).

30. Russia Travel : [национальный туристический портал]. URL: <https://russia.travel> (дата обращения: 29.09.2023).

31. Туризм в Пензенской области : туристско-информационный центр Пензенской области. URL: <https://vk.com/public39141039> (дата обращения: 29.09.2023).

32. Туризм в Пензенской области : туристский информационный центр. URL: <https://ok.ru/profile/578271102667> (дата обращения: 29.09.2023).

33. Туризм в Пензенской области : туристский информационный центр. URL: <https://t.me/welcome2penza> (дата обращения: 29.09.2023).

### References

1. Program for the development of the digital economy in the Russian Federation until 2035. URL: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf> (date of access: 29.09.2023).

2. Passport of the national program "Digital Economy of the Russian Federation" : approved by the presidium of the Council under the President of the Russian Federation for Strategic Development and National Projects on 24.12.2018 No. 16. URL: <https://base.garant.ru/72190282> (date of access: 29.09.2023).

3. On the national development goals of the Russian Federation for the period until 2030 : decree of the President of the Russian Federation No. 474 dated 21.07.2020. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1401794> (date of access: 29.09.2023).

4. Digital transformation in Russia: results of 2022 and plans for 2023. URL: <https://www.garant.ru/article/1605871> (date of access: 29.09.2023).

5. Digital transformation strategy: write to execute / ed. by E.G. Potapova, P.M. Poteeva, M.S. Shklyaruk. Moscow : RANEPА, 2021. 184 p. URL: <https://storage.strategy24.ru/files/news/202102/ff00a177b3fa0bb25513e8e59ad097d5.pdf> (date of access: 28.09.2023).

6. Tourism development strategy in the Russian Federation until 2035 : approved by the decree of the Government of the Russian Federation dated 20.09.2019 No. 2129-r. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201909230010?index=2> (date of access: 29.09.2023).

7. Passport of the national project "Tourism and Hospitality industry" : approved by Federal Agency for Tourism. URL: [https://yakovgo.gosuslugi.ru/netcat\\_files/112/2945/Nats\\_proekt\\_Turizm\\_2\\_.pdf](https://yakovgo.gosuslugi.ru/netcat_files/112/2945/Nats_proekt_Turizm_2_.pdf) (date of access: 29.09.2023).

8. Index of digitalization of economic and social sectors / HSE University. URL: <https://issek.hse.ru/news/783750202.html> (date of access: 29.09.2023).

9. Bogomazova I.V., Anoprieva E.V., Klimova T.B. Digital economy in the tourism and hospitality industry: trends and prospects // Services in Russia and abroad. 2019. Vol. 13, Issue 3. Pp. 34–47. doi:10.24411/1995-042X-2019-10303.

10. Ovcharenko L.A., Lebezova E.M. Digitalization as a new paradigm tourism development management // Age of Quality : electronic scientific journal. No. 4. Pp. 106–126. URL: <http://www.agequal.ru/pdf/2021/421006.pdf> (date of access: 29.09.2023).

11. Vishnevskaya E.V. The impact of digital technologies on the development of the tourism market // Research Result. Business and Service Technologies. 2019. Vol. 5, No. 4. Pp. 12–24 doi:10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2.

12. Chkhotua I.Z. Strategic directions of tourism industry development in the digital economy // Administrative consulting. 2021. No. 4. Pp. 81–96. doi:10.22394/1726-1139-2021-4-81-96.

13. Tolmacheva T., Patrikeeva S. Digital services in the hospitality industry: will there be a reboot? // ICS. 2021. No. 4. URL: <https://www.iksmedia.ru/articles/5869071-Czifrovye-servisy-v-industrii-goste.html> (date of access: 29.09.2023).

14. Morozov M.A., Morozova N.S. A new paradigm for the development of tourism and the hospitality industry in the digital economy // Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society. 2018. No. 1. Pp. 135–141.

15. Kozlov M.V., Bryksin V.E., Nemchinova E.E. Factors of influence of digitalization on the tourism business // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. 2023. No. 2-1. Pp. 52–56. URL: <https://vaael.ru/article/view?id=2691> (date of access: 29.09.2023).
16. Levchenko K.K. Key indicators of digital activity of tourism industry entities // Economics and business: theory and practice. 2022. No. 3-1. Pp. 192–194. doi:10.24412/2411-0450-2022-3-1-192-194.
17. Drivers of digital transformation of the tourism and hospitality industry / A.B. Zherukova, Z.I. Temmoeva, N.E. Kulyushina, Z.S. Bekaldieva. Innovative economy: information, analysis, prognoses. 2023. No. 1. Pp. 182–189. doi:10.47576/2949-1894\_2023\_1\_182.
18. Bogomazova I.V., Klimova T.B. Digital services and the tourist ecosystem in the development of domestic tourism // Economics. Information technologies. 2022. No. 49 (4). Pp. 718–730. doi:10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730.
19. Makrinova E.I., Sotnik A.P., Khaydarov I.S. Models and technologies of tourism development in the mainstream of digital economy // Basic research. 2020. No. 3. Pp. 72–77. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42702> (date of access: 29.09.2023).
20. Kabelkaite-Vaitken Yu.A. Hospitality business models and their digital transformation // Russian regions: a look into the future. 2021. No. 3. Pp. 20–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-modeli-v-sfere-gostepriimstva-i-ih-tsifrovaya-transformatsiya> (date of access: 29.09.2023).
21. Morozov M.A., Morozova N.S. The concept of the digital ecosystem of the tourism and hospitality industry // Modern problems of service and tourism. 2020. Vol. 14, No. 4. Pp. 27–36. doi:10.24411/1995-0411-2020-10402.
22. Arefiev A.S. "Platformization" as a tool for managing digital transformation in the field of tourism // Theoretical and Applied Economics. 2020. No. 3. Pp. 22–34.
23. Semenova E.A., Novoselova N.N., Khubulova V.V. Digital platform as a basis for development of the socio-economic system (on the example of the tourism industry of the North Caucasus region) // Research Result. Business and Service Technologies. 2022. Vol. 8, No. 1. Pp. 49–61. doi:10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-5.
24. Digital services of telecom operators for business. URL: <http://survey.iksconsulting.ru/page20406855.html> (date of access: 29.09.2023).
25. The online trading market has grown by almost a third at the end of 2022. URL: <https://quokka.media/novosti/internet-torgovlya/rynok-onlajn-torgovli-vyros-na-tret-v-2022> (date of access: 29.09.2023).
26. Data and digital platforms as a growth factor for the tourism industry in Russia // Tourism Economics. 40 p. URL: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Russia-Final-Small-Russian.pdf> (date of access: 29.09.2023).
27. Strategy for the development of tourism in the Penza region for the period until 2035 // Ministry of Culture and Tourism of the Penza region : official website. URL: <https://minkult.pnzreg.ru/taill/turizm-> (date of access: 29.09.2023).
28. Results of the assessment of the progress and effectiveness of the digital transformation of the urban economy of the Russian Federation (IQ of cities) by the end of 2020 / Ministry of Construction and Housing and Communal Services of the Russian Federation. URL: <https://www.tadviser.ru/images/c/cc/List-s-gorodami-IQ-Final.pdf> (date of access: 29.09.2023).
29. Tourism and recreation in the Penza region. URL: <https://welcome2penza.ru> (date of access: 29.09.2023).
30. Russia Travel : [national tourism portal]. URL: <https://russia.travel> (date of access: 29.09.2023).
31. Tourism in the Penza region : tourist information center of the Penza region. URL: <https://vk.com/public39141039> (date of access: 29.09.2023).
32. Tourism in the Penza region : tourist information center. URL: <https://ok.ru/profile/578271102667> (date of access: 29.09.2023).
33. Tourism in the Penza region : tourist information center. URL: <https://t.me/welcome2penza> (date of access: 29.09.2023).

#### **Информация об авторах**

Л.А. Гамидулаева – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» Пензенского государственного университета;

*С.В. Зинченко* – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» Пензенского государственного университета.

***Information about the authors***

*L.A. Gamidullaeva* – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Marketing, Commerce and Service of Penza State University;

*S.V. Zinchenko* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Commerce and Service of Penza State University.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 15.10.2023; одобрена после рецензирования 16.10.2023; принята к публикации 16.10.2023.

The article was submitted 15.10.2023; approved after reviewing 16.10.2023; accepted for publication 16.10.2023.