

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2024. № 2 (232). С. 27–35.  
Vestnik of Samara State University of Economics. 2024. No. 2 (232). Pp. 27–35.

Научная статья  
УДК 338.48:004:330.322

## Цифровые технологии в деятельности малых организаций сферы туризма как способ привлечения инвестиций

**Анна Иванова**

Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия,  
anushkebi77745@mail.ru

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования, направленного на решение актуальной научной проблемы определения возможности привлечения инвестиций малыми организациями сферы туризма. Незаконченность научно-исследовательской дискуссии по возможности инвестирования малых организаций сферы туризма предопределила поиск новых методов и адаптацию имеющихся. В исследовании выдвинута и подтверждена гипотеза о том, что для малых организаций сферы туризма привлечение инвестиций возможно, если в их деятельности применяются современные цифровые технологии. На основе оценок инвестиционного потенциала России и Грузии составлен рейтинг инвестиционной привлекательности регионов в этих странах. Определены типы инвестиций, целесообразные для малых организаций сферы туризма России и Грузии. Выявлены особенности применения цифровых технологий малыми организациями сферы туризма. Предложено развитие цифровых технологий как способов привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма России и Грузии (внедрение цифровых инноваций). Основой для анализа послужили данные ежегодного исследования Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), Агентства стратегических инициатив, Росстата и Национального агентства туризма Грузии. Выводы, полученные в исследовании, могут иметь практическую значимость для представителей малых организаций сферы туризма России и Грузии и теоретическую значимость для исследователей данной проблемы.

**Ключевые слова:** малые организации сферы туризма, цифровые технологии, цифровые инновации, типы инвестиций, инвестиционный потенциал, рейтинг инвестиционной привлекательности, способы привлечения инвестиций

### **Основные положения:**

- ◆ на основе оценок инвестиционного потенциала России и Грузии составлен рейтинг инвестиционной привлекательности регионов в этих странах;
- ◆ определены типы инвестиций, целесообразные для малых организаций сферы туризма России и Грузии;
- ◆ выявлены особенности применения цифровых технологий малыми организациями сферы туризма в России и в Грузии;
- ◆ определены возможности и предложены способы привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма России и Грузии.

**Для цитирования:** Иванова А. Цифровые технологии в деятельности малых организаций сферы туризма как способ привлечения инвестиций // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2024. № 2 (232). С. 27–35.

## Digital technologies in the activities of small tourism organizations as a way to attract investment

**Anna Ivanova**

Volga State University of Service, Tolyatti, Russia, anushkebi77745@mail.ru

**Abstract.** This article presents the results of a study aimed at solving a pressing scientific problem, determining the possibility of attracting investments by small organizations in the tourism sector. The incompleteness of the research discussion on the possibility of investing in small tourism organizations predetermined the search for new methods and adaptation of existing methods. The study put forward and confirmed the hypothesis that it is possible for small tourism organizations to attract investment if they use modern digital technologies in their activities. Based on assessments of the investment potential of Russia and Georgia, a rating of the investment attractiveness of the regions in these countries has been compiled. The types of investments acceptable for small organizations in the tourism sector in Russia and Georgia are considered. Specific features of the use of digital technologies by small organizations in the tourism sector have been established. The development of digital technologies is proposed as a way to attract investments to small organizations in the tourism sector in Russia and Georgia (introduction of digital innovations). The basis for the analysis was data from an annual study by the World Travel and Tourism Council (WTTC), the Agency for Strategic Initiatives, Rosstat and the Georgian National Tourism Agency. The findings obtained in the study may have practical significance for representatives of small organizations in the tourism sector in Russia and Georgia and theoretical significance for researchers of this problem.

**Keywords:** small tourism organizations, digital technologies, digital innovations, types of investments, investment potential, rating of investment attractiveness, ways to attract investments

### **Highlights:**

- ◆ based on assessments of the investment potential of Russia and Georgia, a rating of the investment attractiveness of the regions in these countries was compiled;
- ◆ the types of investments acceptable for small tourism organizations in Russia and Georgia have been determined;
- ◆ specific features of the use of digital technologies by small tourism organizations in Russia and Georgia are identified;
- ◆ opportunities and ways to attract investment for small tourism organizations in Russia and Georgia have been proposed.

**For citation:** Ivanova A. Digital technologies in the activities of small tourism organizations as a way to attract investment // Vestnik of Samara State University of Economics. 2024. No. 2 (232). Pp. 27–35. (In Russ.).

### **Введение**

По данным Всемирной туристической организации, на сегодняшний день туризм является одной из наиболее динамичных отраслей мировой экономики. По доходности он уступает лишь добыче и переработке нефти. На долю туризма приходится около 6% мирового ВВП, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место [1].

Согласно последним исследованиям Всемирного совета по туризму и путешествиям

(WTTC) с участием экспертов Oxford Economics «Туризм в мировой экономике», вклад сферы туризма в мировой ВВП в 2023 г. составил 9472,5 млрд долл. США (в 2022 г. – 7672,5 млрд долл.), что, с учетом инфляции, дало прирост в 23,3%. А вклад туризма в ВВП России (по данным Росстата) с 2018 по 2022 г. составляет всего 2,62% [2]. Показатель является крайне низким.

Современная геополитическая ситуация и санкции также отрицательно повлияли на раз-

витие туристической отрасли, особенно на развитие организаций, относящихся к малому бизнесу (остро нуждающемуся в финансировании). Поэтому проблема определения возможности привлечения инвестиций малыми организациями сферы туризма является актуальной. В связи с этим цель данного исследования – выявить способы привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма.

Основная научная гипотеза состоит в предположении о том, что для малых организаций сферы туризма привлечение инвестиций возможно, если в их деятельности применяются современные цифровые технологии. Чтобы в процессе проверки гипотезы и достижения цели была исключена погрешность, связанная с присутствием санкций, исследование проводилось также на территории Грузии (как государства с большим количеством малых организаций сферы туризма). Цель предопределила постановку следующих задач:

1) на основе оценок инвестиционного потенциала России и Грузии составить рейтинг инвестиционной привлекательности регионов в этих странах;

2) определить типы инвестиций, целесообразные для малых организаций сферы туризма России и Грузии;

3) выявить особенности применения цифровых технологий малыми организациями сферы туризма в России и в Грузии;

4) обобщить полученные результаты и предложить способы привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма.

Объектом исследования являются малые организации сферы туризма. Научная новизна данного исследования состоит во вновь полученных способах привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма.

Так как многие вопросы по данной проблеме не были достаточно отражены в научной литературе, для решения поставленных задач исследования был проведен ее всесторонний обзор. Инвестиционные механизмы, методы оценки инвестиционных проектов, проблемы инвестиционного анализа, инвестиции в региональный туризм, правовое регулирование инвестиционной деятельности исследовали В.П. Жданов [3], В.В. Ковалев [4], Т.С. Колмыкова [5], С.Б. Тен [6], О.М. Антипова [7], А.Г. Бо-

гатырев [8], В.В. Гушин, А.А. Овчинников [9], И.А. Бланк [10] и др.

Нельзя не сказать о работах, посвященных теме цифровизации, цифровых технологий, инноваций и инвестиций в данной сфере, инвестиций в туристической отрасли, технологиям Smart-концепции, следующих авторов: В. Волошина [11], А.К. Есаян, Ю.В. Трунцевский [12], Е.В. Вишневецкая [13], Е.З. Герчикова, Е.П. Спиридонова [14], В.А. Молчанова [15], А.А. Калмакова [16], Н.Н. Кормягина [17], Р.Э. Рзаева, Л.И. Кулакова [18], Л.В. Санникова, Ю.С. Харитоновна [19], Е.Ю. Щедрина, А.Г. Моисеева, А.Н. Гончаров [20].

### Методы

При проведении исследования использовались следующие методы: логический и сравнительный анализ, статистико-экономический и аналитический методы, системный подход, метод экспертной оценки и опрос. Адаптирована методика составления Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ для проведения рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России и статистика Министерства экономики и устойчивого развития Грузии для определения инвестиционной привлекательности регионов Грузии.

### Результаты

Стремление малых организаций сферы туризма (как типичных представителей малого бизнеса) к выживанию обуславливает поиск способов инвестирования. Для этого необходима оценка инвестиционного потенциала страны и рейтинг регионов. Такая оценка была представлена в докладе «Состояние инвестиционного климата в субъектах РФ» на Петербургском международном экономическом форуме – 2023 [21]. На основе анализа материалов доклада «Состояние инвестиционного климата в субъектах РФ», на основе статистики Министерства экономики и устойчивого развития Грузии [22] в ходе исследования показателя «Поддержка малого и среднего бизнеса» был составлен рейтинг инвестиционной привлекательности среди регионов – лидеров по экономическому развитию России и Грузии (табл. 1).

Таблица 1

**Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России и Грузии  
по показателю «Поддержка малого и среднего бизнеса»**

Место в рейтинге	Россия	Грузия
1	Москва и Московская область	Тбилиси
2	Татарстан	Имерети
3	Нижегородская область	Аджария
4	Тюменская область	Квемо Картли
5	Башкортостан	Самегрело-Земо Сванети
6	Тульская область	-
7	Сахалин	-
8	Новгородская область	-
9	Краснодарский край	-
10	Санкт-Петербург	-

Таблица 2

**Типы инвестиций, целесообразные для малых организаций сферы туризма**

Тип инвестиций	Целесообразность (+/-)
1. Прямые (реальные) инвестиции	+
2. Инвестиции в нематериальные активы	-
3. Портфельные инвестиции	-
4. Инновационные инвестиции	-
5. Инвестиции в человеческий капитал	+
6. Венчурные инвестиции	+

Мы видим, что в лидерах по показателю «Малый и средний бизнес» в России 11 регионов (Москва и Московская область разделили первое место), а в Грузии – 5 регионов.

В определении типов инвестиций, целесообразных для малых организаций сферы туризма России и Грузии, были привлечены 100 экспертов – представителей малых организаций сферы туризма России и Грузии (58% + 42%), присутствующих на Международном туристическом форуме. Экспертам была предложена классификация типов инвестиций по целям инвестирования (табл. 2).

Таким образом, большинство представителей малых организаций сферы туризма одобрили всего три типа инвестиций, связанных с непосредственным получением капитала (№ 1 и № 6) и вложением в кадровые компетенции (№ 5).

Для определения особенностей применения цифровых технологий малыми организациями сферы туризма той же экспертной группе представителей малых организаций сферы туризма России и Грузии был предложен список цифровых технологий с описанием (составлен по материалам [12–18]) и возмож-

ностью выбора применяемых в их туристической компании цифровых технологий, использование которых потенциально могло бы привлечь инвестора, с тезисным обоснованием (табл. 3).

Результаты выбора были обобщены и представлены в виде списка по частоте использования:

1. Искусственный интеллект.
2. Машинное обучение.
3. Синергия цифровых технологий.
4. Интернет вещей.
5. Виртуальная реальность.

Обобщение результатов выбора экспертов позволяет сделать вывод о том, что особенностями применения цифровых технологий малыми организациями туристической сферы являются следующие аспекты их деятельности:

1. Малые организации сферы туризма в основном используют профессиональные сервисы.
2. Разделяются машинное обучение (Machine Learning, ML) и искусственный интеллект (Artificial intelligence, AI).
3. Представители малых организаций туристической сферы считают широкое приме-

Таблица 3

## Цифровые технологии, используемые в сфере туризма

Название	Описание	Возможность применения в туристическом бизнесе
1. Машинное обучение (Machine Learning, ML) и искусственный интеллект (Artificial intelligence, AI)	Способность компьютерной системы имитировать когнитивные функции человека, такие как обучение и решение проблем	Технологии искусственного интеллекта (ИИ) – системы бронирования, туристические сервисы, интернет-маркетинг, порталы туристской дестинации, информационные справочники, карты, мобильные приложения для туристов и др.
2. Дополненная реальность (Augmented Reality, AR)	Результат введения в поле восприятия любых сенсорных данных с целью дополнения сведений об окружении и улучшения восприятия информации	Эффект 3D – максимально наглядный и простой источник информации в туристической сфере (туристические памятники, исторические здания и др.)
3. Виртуальная реальность (Virtual Reality, VR)	Искусственно воссозданная реальность с помощью технических средств, воздействующих на органы чувств человека (зрение, слух, обоняние, осязание и др.)	Презентационный материал в виде экскурсии в формате видео 360 с экскурсоводом, инфографикой и быстрыми переходами между ключевыми точками
4. Интернет вещей (Internet of Things, IoT)	Устройства, подключенные к интернету, используют встроенные датчики для сбора данных и, в некоторых случаях, воздействуют на них (например, «Умный дом»)	Можно понять клиента, чтобы определить, когда ему нужна помощь или стимул к покупке, и отреагировать проактивно; цель – удовлетворение потребностей людей и получение отзывов
5. Робототехника	Автоматизированные технические системы	Робот-ГИД, робот-помощник и др.
6. 3D-печать	Изготовления объемных изделий на основе цифровых моделей (постепенное послойное воспроизведение объекта)	3D-макеты достопримечательностей для форумов, выставок и др.
7. Синергия цифровых технологий	Применение нескольких технологий в совокупности	Позволяет усовершенствовать бизнес-процесс (совмещение работы на деловых, финансовых порталах и на сервисах услуг)

нение указанных цифровых технологий эффективным и, соответственно, привлекательным для будущих инвесторов.

При определении способов привлечения инвестиций для малых организаций туристической сферы специалистам инвестиционных площадок задавался вопрос: «Какие условия необходимо соблюсти среднестатистической малой организации сферы туризма, применяющей цифровые технологии (перечислялся список выбранных экспертами технологий), чтобы найти инвестора для расширения бизнеса?».

Обобщенный ответ специалистов состоит в рекомендации далее развивать цифровые технологии. А способы привлечения инвести-

ций могут быть в виде следующих цифровых инноваций:

1. Использование онлайн-рейтингов.
2. Таргетированная реклама.
3. Цифровая аналитика.
4. Криптография.
5. Смарт-контракты.
6. Применение дизайн-платформ.
7. Применение бесплатного общественного блага (программное обеспечение с открытым кодом).
8. Облачные технологии.
9. Управление версиями (цены на бронирование устанавливать на основе прошлого опыта человека).
10. Развитие онлайн-сервисов.

Прилагаемое к списку условие – цифровая грамотность и цифровые компетенции сотрудников.

### Обсуждение

В исследованиях Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) с участием экспертов Oxford Economics «Туризм в мировой экономике» есть также показатель «Инвестиции в основной капитал в сфере туризма». В 2023 г. он составил 954,3 млрд долл. (в 2022 г. – 855,9 млрд долл.), что, с учетом инфляции, дало прирост в 11,5%. По России (данные Росстата) показатель «Инвестиции в основной капитал в сфере туризма» в 2021 г. – 386,2 млрд руб.; в 2022 г. – 593,2 млрд руб. (данных за 2023 г. нет) [2]. Для сравнения: за 2021 г. (в млрд долл. США): США – 70,2, Франция – 40,8, Испания – 34,5, ОАЭ – 34,4, Великобритания – 33,1, Турция – 26,6, Россия – 4,51 [23].

На основе полученной статистики можно сделать вывод о том, что туристическая отрасль нуждается в значительном увеличении инвестиций. Росстат не выдает статистики по малому бизнесу, поэтому можно предположить, что показатели по малым организациям сферы туризма будут значительно ниже. Чтобы малым организациям сферы туризма дать возможность выбора благоприятных инвестиционных зон, был составлен рейтинг регионов России и Грузии по показателю «Поддержка малого и среднего бизнеса». В России это десятка из республик, городов и областей во главе с Москвой (Санкт-Петербург, к сожалению, только на 10-м месте). В Грузии (учитывая количество экономически привлекательных зон) это пятерка регионов во главе с Тбилиси.

У каждой малой организации сферы туризма могут быть свои причины, приведшие к необходимости инвестирования: открытие бизнеса, расширение бизнеса (приобретение оборотных средств или наращивание объемов продаж туристических услуг), внедрение нового туристического продукта и др. Но большинство представителей малых организаций сферы туризма одобрили всего три типа из предложенных инвестиций (связанных с непосредственным получением капитала и вложением в кадровые компетенции). Следует отме-

тить, что согласно исследованиям «Bloomberg Media» [22], в 2022 г. Грузия (в целом) заняла 13-е место в международном рейтинге инвестиционной привлекательности. Это может положительно сказаться и на малых организациях сферы туризма.

Анализ работ Е.В. Вишневской, Е.З. Герчиковой, Е.П. Спиридоновой, Р.Э. Рзаевой, Л.И. Кулаковой и других ученых, описывающих эффективный опыт взаимодействия туристической отрасли с цифровой экономикой, дают основание предположить, что этот опыт может быть полезным для малых организаций туристической сферы, находящихся в поисках инвесторов.

Внедрение современных цифровых технологий в производство и другие сферы жизни общества в ученом сообществе принято называть цифровизацией. Существует концепция экономической деятельности, в основе которой лежит применение цифровых технологий. Данная концепция вводит понятие глобальной цифровизации, т.е. цифровизации как системы [24]. С помощью цифровых технологий создают «умные города» [12], «умные дестинации» [15] и экосистемы [16]. Государства также стремятся к цифровизации экономики, в том числе туристической отрасли.

В России принята «Стратегия развития туризма до 2035 года». В числе ее задач – перевод государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму и интеграция государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма [25]. В Грузии существует «Стратегия развития туризма Грузии – 2025» [26], предусматривающая электронный сбор и анализ данных.

Наблюдение за процессом развития сервиса туристических услуг в долгосрочном периоде позволяет сделать вывод о том, что скорость его развития зависит от увеличения скорости передачи данных. Но наличие компьютеров, принтеров и факсов не является свидетельством того, что туристическая компания применяет цифровые технологии. Компьютер-

ная техника и интернет – это инструменты цифровизации. А использование цифровых технологий – это концептуальный подход к использованию цифровых ресурсов. Его цель – повышение конкурентоспособности, а значит производительности, качества предоставляемых услуг и других экономических показателей [25].

Особенности применения малыми организациями сферы туризма цифровых технологий состоят в том, что из предложенного экспертам по малым организациям сферы туризма списка из семи цифровых технологий, приемлемых для туристической отрасли, ими было выбрано три. Одну из технологий они выделили (выделив отдельно искусственный интеллект). И в результате сделали вывод о том, что названные ими искусственный интеллект, машинное обучение, синергия цифровых технологий, интернет вещей и виртуальная реальность, применяемые эффективно, могут стать причиной для получения инвестиций. Специалисты инвестиционных площадок с ними частично согласились, но предложили свои способы.

Определение способов привлечения инвестиций для малых организаций туристической сферы проходило с применением сочетания методов телефонного опроса и онлайн-обращений к специалистам инвестиционных площадок (по 5 в России и в Грузии). В результате был составлен список из десяти цифровых инноваций, которые смогут стать способами при-

влечения инвестиций малыми организациями сферы туризма.

Таким образом, подтвердилась гипотеза исследования о том, что для малых организаций сферы туризма привлечение инвестиций возможно, если в их деятельности применяются современные цифровые технологии. Цифровые инновации послужат факторами повышения эффективности туристического бизнеса.

Цель исследования – выявить способы привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма – достигнута. Но тема финансирования малых организаций сферы туризма в связи с актуальностью и малой научной проработанностью нуждается в дальнейшем исследовании.

### Заключение

Данное исследование показало, что в современных условиях, несмотря на сложности с финансированием, малые организации сферы туризма имеют возможность привлечения инвестиций. В работе на основе оценок инвестиционного потенциала России и Грузии был составлен рейтинг инвестиционной привлекательности регионов в этих странах, определены типы инвестиций, целесообразные для малых организаций сферы туризма, выявлены особенности применения цифровых технологий малыми организациями сферы туризма в России и в Грузии, определены возможности и предложены способы привлечения инвестиций для малых организаций сферы туризма.

### Список источников

1. Казыбайкызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. Особенности и перспективы туризма в мире. URL: <https://natural-sciences.ru/article/view?id=34827> (дата обращения: 04.01.2024).
2. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2022. URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf) (дата обращения: 19.01.2024).
3. Жданов В.П. Инвестиционные механизмы регионального развития. Калининград : БИЭФ, 2016. 355 с.
4. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. Москва : Финансы и статистика, 2008. 144 с.
5. Колмыкова Т.С. Инвестиционный анализ : учеб. пособие. Москва : Инфра-М, 2009. 204 с.
6. Тен С.Б. Инвестиции как фактор развития регионального туризма // Научный журнал КубГАУ. 2013. № 91. С. 27–31.
7. Антипова О.М. Правовое регулирование инвестиционной деятельности (анализ теоретических и практических проблем). Москва, 2007. 179 с.
8. Богатырев А.Г. Инвестиционное право. Москва, 1992. 272 с.
9. Гушин В.В., Овчинников А.А. Инвестиционное право : учебник. Москва, 2006. 685 с.
10. Бланк И.А. Финансовый менеджмент : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2004. 656 с.

11. Волошина В. Революция в мозгах, или Чем цифровизация отличается от автоматизации. URL: <https://up-pro.ru/library/strategi/tendencii/cyfra-avtomat/> (дата обращения: 05.01.2024).
12. Есаян А.К., Трунцевский Ю.В. Общие подходы к нормативному правовому регулированию технологии в сфере «Умный город» // *Международное публичное и частное право*. 2020. № 1. С. 36–41.
13. Вишневецкая Е.В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2019. Т. 5, № 4. С. 12–24.
14. 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. 185–188.
15. Молчанова В.А. Тенденции инновационного развития туристских дестинаций : «умная дестинация» // *Экономика и предпринимательство*. 2017. № 9 (ч. 3). С. 715–720.
16. Калмакова А.А. Цифровые туристические экосистемы и их роль в маркетинге дестинаций // *География и туризм : сб. науч. тр. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2015. Вып. 14. С. 57–62.*
17. Кормягина Н.Н. Smart-туризм как часть Smart-концепции // *Маркетинг и логистика*. 2017. № 6 (14). С. 45–57.
18. Рзаева Р.Э., Кулакова Л.И. Цифровое развитие туристской сферы // *European science*. 2019. № 7 (49). С. 31–35.
19. Санникова Л.В., Харитоновна Ю.С. Цифровые активы: правовой анализ : монография. Москва : 4 Принт, 2020. 304 с.
20. Цифровой туризм: как индустрия 4.0 повлияет на туристическую отрасль региона / Е.Ю. Щедрина, А.Г. Моисеева, А.Н. Гончаров [и др.] // *Современная наука и инновации*. 2019. № 1. С. 251–256.
21. Петербургский международный экономический форум. URL: <https://forumspb.com/news/news/1417-ijunja-2023-goda-sostoitsja-peterburgskij-mezhdunarodnyj-ekonomicheskij-forum/> (дата обращения: 24.12.2023).
22. Грузия заняла 13 место в мире по инвестиционной привлекательности. URL: <https://spress.ge/52694/> (дата обращения: 04.01.2024).
23. Страны-лидеры международного туризма. URL: <https://iworld.com/ru/blog/travel-countries> (дата обращения: 04.01.2024).
24. Что такое цифровизация и какие сферы жизни она заденет. URL: <https://center2m.ru/digitalization-technologies> (дата обращения: 05.01.2024).
25. Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_333756/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/) (дата обращения: 05.01.2024).
26. Стратегия развития туризма в Грузии – 2025. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/feature/2015/12/07/a-tourism-strategy-for-georgia-country-of-life> (дата обращения: 05.01.2024).

#### References

1. Kazybaykyzy A., Mukhanova A.E., Smagulova Zh.B. Features and prospects of tourism in the world. URL: <https://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=34827> (date of access: 04.01.2024).
2. Rosstat Statistical Bulletin for World Tourism Day 2022. URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/media-bank/turism\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/media-bank/turism_2022.pdf) (date of access: 19.01.2024).
3. Zhdanov V.P. Investment mechanisms for regional development. Kaliningrad : BIEF, 2016. 355 p.
4. Kovalev V.V. Methods for evaluating investment projects. Moscow : Finance and Statistics, 2008. 144 p.
5. Kolmykova T.S. Investment analysis : textbook. Moscow : Infra-M, 2009. 204 p.
6. Ten S.B. Investments as a factor in the development of regional tourism // *Scientific journal of KubSAU*. 2013. No. 91. Pp. 27–31.
7. Antipova O.M. Legal regulation of investment activities (analysis of theoretical and practical problems). Moscow, 2007. 179 p.
8. Bogatyrev A.G. Investment law. Moscow, 1992. 272 p.
9. Gushchin V.V., Ovchinnikov A.A. Investment law : textbook. Moscow, 2006. 685 p.
10. Blank I.A. Financial management : textbook. Moscow : Finance and statistics, 2004. 656 p.
11. Voloshina V. Revolution in the brain, or How digitalization differs from automation. URL: <https://up-pro.ru/library/strategi/tendencii/cyfra-avtomat/> (date of access: 05.01.2024).

12. Yesayan A.K., Truntsevsky Yu.V. General approaches to the normative legal regulation of technology in the field of "Smart City" // International public and private law. 2020. No. 1. Pp. 36–41.
13. Vishnevskaya E.V. The influence of digital technologies on the development of the tourism market // Scientific result. Business and service technologies. 2019. Vol. 5, No. 4. Pp. 12–24.
14. Gerchikova E.Z., Spiridonova E.P. Sociological aspects of transformation of the sphere of recreation and tourism in the digital economy // Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University. 2018. No. 3 (72). Pp. 185–188.
15. Molchanova V.A. Trends in innovative development of tourist destinations: "smart destination" // Economics and Entrepreneurship. 2017. No. 9 (part 3). Pp. 715–720.
16. Kalmakova A.A. Digital tourism ecosystems and their role in destination marketing // Geography and tourism : collection of scientific papers / Perm State National Research University. Perm, 2015. Issue 14. Pp. 57–62.
17. Kormyagina N.N. Smart tourism as part of the Smart concept // Marketing and logistics. 2017. No. 6 (14). Pp. 45–57.
18. Rzaeva R.E., Kulakova L.I. Digital development of the tourism sector // European science. 2019. No. 7 (49). Pp. 31–35.
19. Sannikova L.V., Kharitonova Yu.S. Digital assets: legal analysis : monograph. Moscow : 4 Print, 2020. 304 p.
20. Digital tourism: how industry 4.0 will affect the tourism industry in the region / E.Yu. Shchedrina, A.G. Moiseeva, A.N. Goncharov [et al.] // Modern science and innovation. 2019. No. 1. Pp. 251–256.
21. St. Petersburg International Economic Forum. URL: <https://forumspb.com/news/news/1417-ijunja-2023-goda-sostoitsja-peterburgskij-mezhdunarodnyj-ekonomicheskij-forum/> (date of access: 24.12.2023).
22. Georgia ranked 13th in the world in terms of investment attractiveness. URL <https://spress.ge/52694/> (date of access: 04.01.2024).
23. Countries that lead international tourism. URL <https://iworld.com/ru/blog/travel-countries> (date of access: 04.01.2024).
24. What is digitalization and what areas of life will it affect. URL: <https://center2m.ru/digitalization-technologies> (date of access: 05.01.2024).
25. Tourism development strategies in the Russian Federation for the period up to 2035 : Decree of the Government of the Russian Federation dated 09/20/2019 No. 2129-r. URL [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_333756/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/) (date of access: 05.01.2024).
26. Strategy for the development of tourism in Georgia – 2025. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/feature/2015/12/07/a-tourism-strategy-for-georgia-country-of-life> (date of access: 05.01.2024).

#### **Информация об авторе**

А. Иванова – аспирант кафедры экономики и бизнеса Поволжского государственного университета сервиса.

#### **Information about the author**

A. Ivanova – graduate student of the Department of Economics and Business of Volga Region State University of Service.

Статья поступила в редакцию 23.01.2024; одобрена после рецензирования 29.01.2024; принята к публикации 28.02.2024.

The article was submitted 23.01.2024; approved after reviewing 29.01.2024; accepted for publication 28.02.2024.