

Година Елена Дмитриевна

Западно-Подмосковный институт туризма-филиал РМАТ

Соколовская Елена Александровна

Западно-Подмосковный институт туризма-филиал РМАТ

Самакаева Марина Дмитриевна

Западно-Подмосковный институт туризма-филиал РМАТ,
Московский технический университет связи и информатики

Перспективы развития туризма в цифровой среде

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы, связанные с цифровизацией экономических процессов и экосистем, которые влияют на появление новых трендов в развитии туризма и туристической отрасли.

Модернизация данной отрасли требует комплексного подхода и решений, разработки единых приемов и методов в организации мер государственной поддержки отрасли, инвестиций, в формировании привлекательных туристических дестинаций, детских развлекательных комплексов, музеев, выставок, привлекательных мест для посещений, туристических маршрутов и поездок в соответствии с требованиями времени и запросами общества. Важным критерием повышения эффективности данного бизнеса должна стать его конкурентоспособность не только на российском, но и международном рынке, особенно со странами БРИКС, через предложение различных тематических программ и проектов совместно с нашими партнерами. Туризм должен стать основой для диалога культур между странами, способствовать развитию толерантности, гостеприимства, сотрудничеству и взаимопониманию.

Ключевые слова: цифровые технологии, туризм, туристские услуги, онлайн-бронирование, мобильные приложения, цифровизация, гостиничный бизнес

Godina Elena Dmitrievna

West Moscow Region Institute of Tourism-RMAT branch

Sokolovskaya Elena Alexandrovna

West Moscow Region Institute of Tourism-RMAT branch

Samakaeva Marina Dmitrievna

West Moscow Region Institute of Tourism-RMAT branch,
Moscow Technical University of Communications and Informatics

Prospects for tourism development in the digital environment

Annotation. The article discusses the problems associated with the digitalization of economic processes and ecosystems that affect the emergence of new trends in the development of tourism and the tourism industry. Modernization of this industry requires an integrated approach and solutions, the development of unified techniques and methods in the organization of state support measures for the industry, investments, in the formation of attractive tourist destinations, children's entertainment complexes, museums, exhibitions, attractive places to visit, tourist routes and trips in accordance with the requirements of the time and the demands of society. An important

criterion for improving the efficiency of this business should be its competitiveness not only in the Russian, but also in the international market, especially with the BRICS countries, through the proposal of various thematic programs and projects jointly with our partners. Tourism should become the basis for a dialogue of cultures between countries, promote the development of tolerance, hospitality, cooperation and mutual understanding.

Keywords: digital technologies, tourism, travel services, online booking, mobile applications, digitalization, hotel business

Введение. Перспективы развития туризма в цифровой среде весьма многообещающие и разнообразные. Развитие новых маршрутов и видов туризма может способствовать экономическому росту туристического бизнеса в России и стран БРИКС, созданию рабочих мест и укреплению международных связей. Страны БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южноафриканская Республика) обладают разнообразными ресурсами и культурным наследием, которые могут способствовать росту благосостояния наших стран, формирования нового туристического и цифрового пространства, быстрой их адаптации к новым перспективным реалиям времени.

Проблематика. Цифровая трансформация туристического бизнеса охватывает множество аспектов, которые помогают улучшить клиентский опыт, оптимизировать операции и повысить конкурентоспособность. Современные технологии и использование Искусственного интеллекта может стать основой для такого сотрудничества и развития. Туризм в настоящее время включает в себя множество услуг, что требует применение цифровых технологий, что является важным стратегическим ресурсом повышения эффективности данной отрасли, повышения ее конкурентоспособности.

Актуальность темы обусловлена современными тенденциями развития туристической отрасли в условиях цифровой трансформации. Бизнесу необходимо более интенсивно внедрять современные технологические платформы, которые позволят ему увеличить сбыт и снизить затраты. Не смотря на санкционную экономику и пересмотр традиционных туристических маршрутов, более интенсивно развивать их внутри страны, создавая для этого совместно с государством, приемлемую транспортную, логистическую, развлекательную инфраструктуру, конкурентные гостиничные сети. Необходимо учитывать современные тенденции школьного образования, запросы общества и воспитания.

Цель статьи: исследовать теоретические вопросы и разработать практические рекомендации по трансформации туристического бизнеса с учетом требований времени, запросов общества и современного развития цифровой среды.

Из цели вытекают следующие **задачи**:

1. Исследовать теоретические аспекты развития туристического бизнеса в условиях цифровой трансформации.
2. Изучить социально-экономические аспекты развития бизнеса.
3. Определить ключевые направления для повышения эффективности развития туристического бизнеса в условиях формирования и трансформации цифровой среды.

Объект исследования – организационно-управленческая деятельность в туристической сфере. **Предмет** - цифровая трансформация туристического бизнеса в России.

Методы: индукции, дедукции, статистики, социально-экономического моделирования, экстраполяции, сравнения, анализа, синтеза, абстракции, конкретизации.

Гипотезой исследования является положение о том, что формирование цифровой среды в туризме будет способствовать ее развитию и конкурентоспособности.

Можно выделить следующих авторов, занимающихся данными проблемами в экономике: Биттер Н.В., Быкова В.А., Нюренбергер Л.Б., Оборин М.С., Ратникова Е., Рукавишников И., Кузовкова Т. А., Павлова А., Петренко Н.Е., Платунина Г. П., Стахова Л.В., Салютин Т. Ю., Самакаева М.Д., Сафиуллин А.Р., Черменская К. и др.

Эксперты отмечают, что в сложившихся условиях, объем рынка РФ с использованием онлайн технологий в туризме к 2025 году может вырасти в 2,5 раз, по сравнению с

2022 годом. Необходимым условием для этого может стать: технические возможности и стоимость подключения туристических компаний к специальным платформам, низкие цены на создание и поддержание сайтов, информационная и экономическая безопасность, простота использования данных инструментов, доверие к Е-коммерции со стороны потребителей [8].

В связи с санкциями, введенными по отношению к нашей стране зарубежными странами, возникла потребность во внутреннем туризме, развитие которого может быть ускорено за счет активного внедрения в данную сферу IT-технологий, специальных информационных платформ[7,8].

В данном случае, рынок путешествий внутри страны может вырасти к концу года на 30% и должен стать одним из динамично развивающихся секторов экономики и Е-коммерции. Особую роль в данном процессе играет государственная политика в сфере туризма, соответствующая правовая база, разработка проектов и их финансирование[1,9].

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ [12],

«Стратегия развития внутреннего туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025годы)» содержат ключевые направления развития туризма в нашей стране, однако их реализация без экономической поддержки и развития Е-коммерции, кажутся нам не возможными.

В стратегии представлены стратегические показатели развития туризма на период до 2035 года и составляют: рост объема туристской индустрии от 3158 млрд., рублей до 16306 млрд., рублей в 2035 году; увеличение более чем в 2 раза количества внутренних туристских поездок на одного жителя Российской Федерации к 2035 году; увеличение экспорта туристских услуг Российской Федерации от 8,9 млрд. долларов США до 28,6 млрд. долларов США к 2035 году; увеличение инвестиций в сферу туризма в 3 раза к 2035 году[10,11].

Данные направления необходимо развивать, как на уровне РФ, ее субъектов, отдельных регионов, деловых партнеров и дестинаций.

Стратегией развития туризма в России на период до 2035 года определены основные направления развития цифровых технологий в данной сфере. Для ее реализации формируется туристская экосистема, объединяющая всех участников рынка на онлайн-платформе, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами.

Поправки в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» ввели возможность обмена информацией в электронной форме между туроператором, турагентом и туристом, закрепили механизм выдачи электронной путевки; то есть, цифровизации туристской сферы обеспечены рядом государственных решений и технологических разработок. Важным механизмом стало открытие Национального туристического портала Russia.travel, который содержит информацию о различных вариантах отдыха, достопримечательностях и маршрутах, спланировать путешествие и приобрести различные туристские продукты [6].

В доковидном 2019 г. доля e-travel на российском рынке отелей составляла 37%. Из них на сегмент агрегаторов, или Online Travel Agencies (OTA), приходилось 75%. При этом рынок был монополизирован, где большую долю занимала европейская компания Booking.com. Но масштабная трансформация рынка с переходом на собственные сайты бронирования российских отельеров после пандемии составила 53%, положительно также сказался уход данного игрока с российского рынка.

Однако, снижение доли бронирований через OTA негативно, на наш взгляд, сказывается на доходах отелей. Гостиницы делятся с платформами комиссией, агрегаторы обеспечивают партнерам дополнительный трафик, тем самым повышая загрузку номерного фонда и сокращая расходы на маркетинг. Развивая OTA отели могут уменьшить расходы и повысить свою загрузку номерного фонда.

В настоящее время в России зарегистрировано 21,8 тысяч отелей, а прогноз их роста составляет 0,5% год к году. Всего в стране чуть более 1 млн. номеров с текущей загрузкой 32%, со средним чеком на проживание 2 476 рублей, что на 6% больше, чем в 2023 году. Цифровизация туротрасли и индустрии гостеприимства связана с улучшением пользовательского опыта и удобством процесса бронирования. [5]

В 2023 году по данным «Яндекс Путешествий» отмечался рост организованного туризма, эти тенденции будут расти и в 2025 году. К 2027 году сумма ОТА может вырасти до 63% и составит 693 млрд., тем более, что количество отелей с каждым годом постоянно растет. Драйвером для скачиваний стал кешбэк на бронирование «Яндекс Плюс» [13].

По данным аналитиков «Авиасейлс» существует пять направлений внутреннего туризма: Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Калининград, Минеральные Воды. Растет интерес поездок в такие города, России как: Казань, Владивосток, Южно-Сахалинск [3]

Перспективным пространством для развития могут стать для России страны БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южноафриканская Республика) обладают разнообразными ресурсами и культурным наследием, что создает возможности для развития различных видов туризма. Вот несколько направлений, которые могут развиваться в этих странах (Таблица 1).

Таблица 1

Направления туризма в разных странах

Название туризма	Направления развития туризма
1. Культурный туризм	Страны БРИКС имеют богатое культурное наследие, включая исторические памятники, традиции и фестивали. Туризм, связанный с культурными событиями, искусством и архитектурой, может привлечь туристов, интересующихся местной культурой.
2. Экологический туризм	С учетом разнообразия природных экосистем в странах БРИКС (например, Амазонка в Бразилии, Сибирь в России, Гималаи в Индии и т.д.), экологический туризм может стать важной частью туристической индустрии. Это включает в себя эко-отели, треккинг и наблюдение за дикой природой.
3. Приключенческий туризм	В странах БРИКС есть множество возможностей для активного отдыха, включая горные походы, серфинг, дайвинг и сафари. Это направление может привлечь молодежь и любителей активного отдыха.
4. Медицинский и оздоровительный туризм	Индия известна аюрведой и альтернативной медициной, в то время как Китай предлагает традиционную китайскую медицину. Россия и Бразилия также могут развивать медицинский туризм через СПА-процедуры и реабилитационные центры.
5. Гастрономический туризм	Кулинарные традиции стран БРИКС разнообразны и уникальны. Туристы могут быть заинтересованы в изучении местной кухни через гастрономические туры, мастер-классы и фестивали еды.
6. Деловой туризм	С учетом растущей экономической интеграции между странами БРИКС, деловой туризм также будет развиваться. Конференции, выставки и деловые встречи могут привлечь международных бизнесменов.

7. Круизный туризм	Страны с длинной береговой линией, такие как Бразилия и Южноафриканская Республика, могут развивать круизный туризм, предлагая маршруты по живописным местам.
8. Спортивный туризм	Организация международных спортивных мероприятий может привлечь туристов. Например, чемпионаты мира по различным видам спорта или Олимпийские игры.
9. Туризм на основе наследия	Важные исторические места и объекты ЮНЕСКО могут стать центрами притяжения для туристов, интересующихся историей и наследием.
10. Сельский туризм	Развитие агротуризма в сельских районах может помочь привлекать туристов к местной культуре и традициям, а также поддерживать местные сообщества.

Развитие этих видов туризма может способствовать экономическому росту стран БРИКС, созданию рабочих мест и укреплению международных связей, что предполагает разработку и реализацию следующих шагов.

1. Для формирования единого туристического пространства на уровне Министерств и ведомств наших стран, отвечающих за туризм, необходимо провести анализ и определить ключевые маршруты для организации отдыха и развития бизнеса. Медиацию процессов цифровизации.

2. Разработать проекты по реализации данных программ и определить их совместное финансирование между нашими странами при построении туристической инфраструктуры.

3. Продумать инвестиционную привлекательность данных маршрутов.

Цифровая среда гостиничного бизнеса активно развивается и включает в себя множество тенденций и процессов. Вот некоторые из них:

1. Автоматизация процессов: Внедрение систем управления гостиницами (PMS), которые автоматизируют бронирование, регистрацию гостей, управление запасами и финансовый учет.

2. Мобильные технологии: Использование мобильных приложений для бронирования, регистрации, заказа услуг и получения информации о гостинице. Гостям предоставляются возможности для самостоятельного управления своим пребыванием.

3. Искусственный интеллект и чат-боты: Применение AI для улучшения клиентского сервиса, включая чат-ботов для ответов на часто задаваемые вопросы и обработки запросов гостей в режиме реального времени.

4. Большие данные и аналитика: Сбор и анализ данных о поведении клиентов, что позволяет гостиницам предлагать персонализированные услуги и улучшать маркетинговые стратегии.

5. Интернет вещей (IoT): Использование умных устройств для повышения комфорта гостей, таких как умные термостаты, системы освещения и безопасности, которые можно управлять через мобильные приложения.

6. Социальные сети и онлайн-репутация: Активное использование социальных сетей для продвижения гостиницы и взаимодействия с клиентами, а также управление отзывами и репутацией в интернете.

7. Электронная коммерция: Развитие онлайн-бронирования через собственные сайты гостиниц и сторонние платформы (OTA), что делает процесс бронирования более доступным и удобным.

8. Кибербезопасность: Увеличение внимания к защите данных клиентов и обеспечению безопасности транзакций, особенно в свете роста онлайн-бронирований.

9. Устойчивое развитие: Внедрение цифровых решений для повышения энергоэффективности и уменьшения углеродного следа, таких как системы управления энергией и экологически чистые технологии.

10. Гибкие условия бронирования: Адаптация к изменениям в потребительских предпочтениях, включая возможность изменения или отмены бронирования без штрафов.

Эти тенденции помогают гостиничному бизнесу адаптироваться к современным требованиям рынка и улучшать качество обслуживания клиентов [2,4].

Цифровая трансформация туристического бизнеса включает следующие аспекты:

1. Онлайн-бронирование: Развитие платформ для онлайн-бронирования, включая сайты и мобильные приложения, позволяющие пользователям легко искать, сравнивать и бронировать туристические услуги.

2. Персонализация: Использование данных и аналитики для создания персонализированных предложений и рекомендаций на основе предпочтений и поведения клиентов.

3. Искусственный интеллект (AI): Внедрение AI для автоматизации процессов, таких как обслуживание клиентов через чат-ботов, предсказание спроса и оптимизация цен.

4. Большие данные: Сбор и анализ больших объемов данных о клиентах, рынке и тенденциях для принятия обоснованных бизнес-решений.

5. Интернет вещей (IoT): Использование IoT-устройств для улучшения клиентского опыта, например, через умные гостиничные номера или системы управления транспортом.

6. Мобильные технологии: Разработка мобильных приложений для упрощения доступа к услугам, информации и коммуникации с клиентами в любое время и в любом месте.

7. Социальные сети: Активное использование социальных медиа для маркетинга, взаимодействия с клиентами и управления репутацией бренда.

8. Кибербезопасность: Обеспечение безопасности данных клиентов и транзакций, что особенно важно в условиях растущих угроз в интернете.

9. Гибкость и адаптивность: Внедрение гибких условий бронирования и отмены, что стало особенно актуальным в условиях неопределенности (например, во время пандемии).

10. Устойчивое развитие: Применение цифровых решений для повышения устойчивости бизнеса, включая экологически чистые технологии и практики.

11. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR): Использование VR и AR для создания уникального клиентского опыта, например, виртуальные туры по отелям или достопримечательностям.

12. Электронная коммерция: Развитие онлайн-продаж дополнительных услуг, таких как экскурсии, аренда автомобилей и страхование путешествий [2,3].

Эти аспекты помогают туристическим компаниям не только адаптироваться к изменениям на рынке, но и предлагать своим клиентам более качественные и удобные услуги.

Искусственный интеллект (ИИ) находит широкое применение в туристической индустрии, улучшая различные аспекты обслуживания клиентов, оптимизации процессов и повышения эффективности. Вот несколько ключевых областей, где можно использовать ИИ в туризме:

1. Персонализированные рекомендации: ИИ может анализировать предпочтения пользователей и предлагать индивидуальные маршруты, отели и экскурсии на основе их интересов и истории бронирования.

2. Чат-боты и виртуальные помощники: Чат-боты могут предоставлять круглосуточную поддержку клиентам, отвечая на вопросы, помогая с бронированием и предоставляя информацию о направлениях.

3. Анализ отзывов: ИИ может обрабатывать и анализировать отзывы клиентов на платформах, таких как TripAdvisor или Google Reviews, чтобы выявлять тенденции и проблемы, а также улучшать услуги.

4. Оптимизация цен: Алгоритмы ИИ могут анализировать рыночные данные и поведение клиентов для динамического ценообразования, что позволяет компаниям максимизировать прибыль и заполняемость.

5. Предсказание спроса: ИИ может прогнозировать спрос на определенные услуги или направления на основе исторических данных и текущих трендов, помогая компаниям лучше планировать свои ресурсы.

6. Управление запасами: ИИ может помочь в управлении запасами отелей и авиакомпаний, оптимизируя распределение ресурсов и минимизируя издержки.

7. Анализ больших данных: Сбор и анализ данных о клиентах, их предпочтениях и поведении позволяет компаниям принимать более обоснованные решения и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии.

8. Автоматизация процессов: ИИ может автоматизировать рутинные процессы, такие как обработка заявок на бронирование, управление документами и финансовыми транзакциями.

9. Виртуальные туры: Использование ИИ для создания интерактивных виртуальных туров по достопримечательностям или отелям, что позволяет клиентам лучше оценить предлагаемые услуги перед бронированием.

10. Обработка изображений: ИИ может использоваться для улучшения качества изображений на сайтах бронирования и в рекламных материалах, делая их более привлекательными для клиентов.

11. Интерпретация данных о путешествиях: ИИ может анализировать данные о маршрутах путешествий, чтобы предлагать оптимальные варианты передвижения и улучшать логистику.

12. Улучшение безопасности: ИИ может помочь в анализе данных о безопасности в определенных регионах, предоставляя туристам актуальную информацию о рисках [4].

Использование ИИ в этих областях помогает туристическим компаниям повысить качество обслуживания, снизить затраты и увеличить прибыльность.

Заключение. Перспективы развития туризма в цифровой среде весьма обширны и многообразны. Вот некоторые ключевые направления, которые могут развиваться в России и странах БРИКС:

1. Цифровизация услуг. Увеличение числа онлайн-сервисов для бронирования отелей, авиабилетов и экскурсий. Платформы, такие как Airbnb и Booking.com, становятся все более популярными, предоставляя пользователям удобные инструменты для планирования поездок.

2. Искусственный интеллект и чат-боты: Использование ИИ для улучшения клиентского сервиса. Чат-боты могут предоставлять информацию о направлениях, помогать с бронированием и отвечать на вопросы в режиме реального времени.

3. Виртуальная и дополненная реальность. Эти технологии позволяют путешественникам "посетить" места до их фактической поездки. Это может помочь в принятии решения о выборе направления или отеля.

4. Персонализация предложений. Использование больших данных для анализа предпочтений клиентов и создания персонализированных предложений. Это может включать рекомендации по маршрутам, отелям и мероприятиям на основе предыдущих поездок.

5. Социальные сети и контент-маркетинг. Путешественники все чаще ищут вдохновение в социальных сетях. Бренды могут использовать платформы, такие как Instagram и TikTok, для продвижения своих услуг через визуальный контент и взаимодействие с пользователями.

6. Устойчивый туризм. С ростом осознания экологических проблем, цифровые технологии могут помочь в продвижении устойчивых практик, таких как "зеленые" отели или экотуры.

7. Мобильные приложения. Разработка приложений для путешественников, которые предоставляют актуальную информацию о местных достопримечательностях, ресторанах, транспорте и культурных событиях.

8. Блокчейн. Эта технология может обеспечить безопасность транзакций и прозрачность в туристической индустрии, что особенно важно для бронирований и платежей.

9. Облачные технологии. Позволяют компаниям в сфере туризма хранить и обрабатывать данные более эффективно, улучшая взаимодействие с клиентами и управляя ресурсами.

10. Краудфандинг и совместное потребление. Платформы, которые позволяют пользователям делиться опытом и ресурсами, становятся все более популярными, что может изменить традиционные модели путешествий.

Эти направления могут существенно изменить облик туризма в ближайшие годы, делая его более доступным, удобным и персонализированным для пользователей.

Интенсивное развитие телекоммуникационных технологий и их широкое проникновение во все сферы хозяйственной деятельности туристических предприятий страны, улучшит качество жизни населения.

Развитие информационной индустрии туризма в РФ будет способствовать: решению проблем с безработицей в регионах, значительному увеличению поступлений в местные бюджеты, инвестициям в данную сферу со стороны частных компаний, благоустройству территорий.

Большую роль в развитии туризма на региональном и национальном уровне могут сыграть информационные порталы, сайты с доступной для туристов информацией о достопримечательностях, развитых дестинациях и привлекательных маршрутах, размещенных на сайтах муниципальных образований и администраций. Данные туристические потоки могут управляться с использованием специализированных туристических и географических информационных систем[8].

Эти и другие направления туристического бизнеса в цифровой среде, требуют соответствующей инфраструктуры, развития материальной базы, инвестиций и поддержки со стороны государства, дополнительных вложений средств в развитие внутреннего туризма Российской Федерации.

Список источников

1. Кузовкова Т. А. Причины формирования новой модели бизнеса в сфере инфокоммуникаций / Т. А. Кузовкова, О. И. Шаравова // Электронный научный журнал «Век качества» 2020. №2 — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prichiny-formirovaniya-novoy-modeli-biznesa-v-sfere-infokommunikatsiy/viewer> (дата обращения: 25.12.2024)

2. Оборин М. С. Направления развития цифровой среды туризма / М. С. Оборин // Сервис в России и за рубежом 2023. Т. 17. №1. С. 24-32. DOI: 10.5281/zenodo.779326S. (дата обращения: 25.12.2024)

3. Павлова А. Тренды туризма в 2023 году: где отдыхать и как экономить на билетах / А. Павлова // Электронный журнал РБК [Электронный ресурс] URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64a7e8699a7947211dfd7481?from=copy> (дата обращения: 25.12.2024)

4. Платунина Г. П. Тренды в развитии цифровой экономики / Г. П. Платунина, Д. С. Ермоленко // Электронный журнал Cyberleninka. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trendy-v-razvitii-tsifrovoy-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 25.12.2024)

5. Ратникова Е. Цифровизация российских отелей: статистика и перспективы Е. Ратникова // Электронный журнал Bnovo от 23.08.2023 [Электронный ресурс] URL: <https://bnovo.ru/blog/digitalization-of-russian-hotels-statistics-and-prospects/> (дата обращения: 25.12.2024)

6. Рукавишников И. Динамика развития индустрии туризма во многом зависит от внедрения современных цифровых решений / И. Рукавишников // Электронный журнал «Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации» от 31.11.2024г. [Электронный ресурс] URL: <http://council.gov.ru/events/news/152893/> (дата обращения: 25.12.2024)

7. Салютин Т. Ю. Современные бизнес-модели стратегического менеджмента : учебное пособие / Т. Ю. Салютин, Г. П. Платунина. — Москва : МТУСИ, 2021. — 64 с. —

Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/215306> (дата обращения: 25.12.2024)

8. Самакаева М. Д. Электронная коммерция в системе формирования и развития внутреннего туризма России / М. Д. Самакаева, А. Б. Юрасов, Н. А. Онанко // Первый экономический журнал. – 2023. – № 2(332). – С. 82-95. – DOI 10.58551/20728115_2023_2_82. – EDN NVDYEP. (дата обращения 24.12.2024г.)

9. Стахова Л.В. Электронная путевка: далекое будущее или реальность? / Л.В.Стахова // Материалы Всероссийской научной конференции аспирантов и молодых ученых «Современные проблемы туризма и сервиса» РГУТиС.- М., 2024.- С.121-129 [Электронный ресурс] URL: <https://economy-lib.com/razvitie-elektronnov-kommertsii-v-sfere-turizma> (дата обращения: 25.12.2024)

10. Стратегия развития внутреннего туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена распоряжением правительства от 20.09.2024г. № 2129-р [Электронный ресурс] URL: <http://static.government.ru/media/fiies/> (дата обращения: 25.12.2024)

11. Сфера услуг туризма и гостеприимства: новые возможности в контексте цифровой трансформации / Н. В. Биттер, Л. Б. Нюренбергер, Н. Е. Петренко, В. А. Быкова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 5. – С. 2443-2458. – DOI 10.18334/err.14.5.120991 (дата обращения: 25.12.2024)

12. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 25.12.2024)

13. Черменская К. Цифровизация отелей в России: что ждет e-travel в ближайшие годы / К. Черменская // Электронный журнал РБК [Электронный ресурс] URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64da4ab99a794783b12c6f7f?from=copy> (дата обращения: 25.12.2024)

Сведения об авторах

Година Елена Дмитриевна, кан. тех. наук, доцент кафедры «Менеджмента и экономики», ОЧУ ВО Западно-Подмосковный институт туризма-филиал РМАТ, Московская область, Россия

Соколовская Елена Александровна, старший преподаватель кафедры «Менеджмента и экономики», ОЧУ ВО Западно-Подмосковный институт туризма-филиал РМАТ, Московская область, Россия

Самакаева Марина Дмитриевна, кан. экон. наук, доцент кафедры «Менеджмента и экономики», ОЧУ ВО Западно-Подмосковный институт туризма-филиал РМАТ, доцент кафедры «Цифровая экономика, управление и бизнес-технологий», ФГБОУ ВО Московский технический университет связи и информатики, г. Москва, Россия

Information about the authors

Godina Elena Dmitrievna, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Economics, West Moscow Region Institute of Tourism - RMAT branch, Moscow region, Russia

Sokolovskaya Elena Alexandrovna, Senior Teacher at the Department of Management and Economics, West Moscow Region Institute of Tourism - RMAT branch, Moscow region, Russia

Samakaeva Marina Dmitrievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Economics Western Moscow Region Institute of Tourism, a branch of RMAT, Associate Professor of the Department of Digital Economy, Management and Business Technologies Moscow Technical University of Communications and Informatics, Moscow, Russia