

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.486

DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-4

Чуваткин П.П.¹
Левченко К.К.²

Роль цифровых технологий в повышении инновационной активности туристских организаций

¹Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской академии наук», ул. Яна Фабрициуса, 2/28, Сочи 354002, Россия

²Министерство иностранных дел, Территориальный орган МИД РФ, ул. Советская, 42/2, Сочи 354000, Россия

¹e-mail: lares@sochi.com

²e-mail: lekonst@mail.ru

¹ORCID 0000-0001-9203-933x

²ORCID 0009-0007-6477-5891

*Статья поступила 18 апреля 2023 г.; принята 16 мая 2023 г.;
опубликована 30 июня 2023 г.*

Аннотация. Туристская сфера в настоящее время является одной из самых эффективно развивающихся отраслей экономики, предопределяя на рынке появление новых форм и видов цифровых технологий, что объективно требует осмысления их места и роли в инновационной деятельности предприятий данной сферы. В этом отношении исследование цифровых и технологических аспектов инновационной деятельности организаций индустрии туризма приобретает первостепенное значение и является в то же время вектором развития инновационной активности. Успешные новаторы – это организации индустрии туризма и гостеприимства, которые обеспечивают достижение конечных результатов, основываясь на принципах инновационности и конкуренции. Успех функционирования организации в туристской сфере во многом зависит от качества управления инновационной деятельностью в целом и инновационной активностью, в частности. В данном исследовании проанализировано значение цифровых технологий, направленных на повышение инновационной активности организаций туристского бизнеса. Разработана структурно-функциональная схема, отражающая взаимосвязь цифровизации с инновационной активностью туристских организаций, построенная по структурно-функциональному признаку, где в качестве типологии заложен принцип системности исследования базовых составляющих. Обоснованы преимущества использования цифровых технологий в повышении инновационной активности. Предложен методический подход к реализации цифровых технологий, повышающих инновационную активность туристских организаций, основанный на информационно-коммуникационном обеспечении бизнес-процессов, включая критерии эффективности и ответную реакцию на вызовы внешней среды. Сформирована модель, отражающая направления цифровизации, направленные на повышение инновационной активности туристского бизнеса, отражающая детализацию инновационных услуг туристской индустрии под углом современных трендов, являющихся векторами развития инновационной активности. В исследовании обоснован вывод о том, что в целях повышения инновацион-

ной активности индустрии туризма необходимо соблюдение триединой концепции: «наука» – «экономика» – «цифровизация».

Ключевые слова: туризм; цифровые технологии; инновационная активность; инновации; модель; Digital-ресурсы; трансформации

Для цитирования: Чуваткин П.П., Левченко К.К. Роль цифровых технологий в повышении инновационной активности туристских организаций // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. 9 (2). С. 42-51. DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-4

UDC 338.486

Peter P. Chuvatkin¹

Konstantin K. Levchenko²

The role of digital technologies in increasing the innovation activity of tourism organizations

¹Federal Research Center “Subtropical Scientific Center”, Russian Academy of Sciences, 2/28, Yan Fabricius St., Sochi 354002, Russia

²Ministry of Foreign Affairs, Territorial Body of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, 42/2, Sovetskaya St., Sochi 354000, Russia

¹*e-mail: lares@sochi.com*

²*e-mail: lekonst@mail.ru*

¹ORCID 0000-0001-9203-933x

²ORCID 0009-0007-6477-5891

Abstract. Tourism sector is currently one of the most effectively developing sectors of the economy, predetermining the market appearance of new forms and types of digital technology, which objectively requires understanding their place and role in the innovative activities of enterprises in this area. In this regard, the study of digital and technological aspects of innovation activities of organizations of the tourism industry becomes of paramount importance and at the same time is a vector for the development of innovative activity. Successful innovators are tourism and hospitality industry organizations that deliver bottom-line results based on the principles of innovation and competition. The success of the organization's functioning in the tourism industry largely depends on the quality of innovation management in general and innovation activity in particular. This study analyzed the importance of digital technologies aimed at increasing the innovative activity of tourism business organizations. A structural and functional scheme has been developed that reflects the relationship of digitalization with the innovative activity of tourist organizations, built on a structural and functional basis, where the principle of the consistency of the study of basic components is laid down as a typology. The benefits of using digital technologies in increasing innovation activity are justified. A methodological approach to the implementation of digital technologies that increase the innovative activity of tourist organizations, based on information and communication support of business processes, including efficiency criteria and response to environmental challenges, is proposed. A model has been formed that reflects the directions of digitalization aimed at increasing the innovative activity of the tourism business, reflecting the detail of innovative services of the tourism industry at the angle of modern trends that are vectors for the development of innovative activity. The study substantiated the conclusion that in order to increase the innovative activity of the tourism industry, it is necessary to comply with the triune concept: "science" – "economy" – "digitalization".

Keywords: tourism; digital technologies; innovation activity; innovation; model; Digital-resources; transformations

For citation: Chuvatkin, P. P., Levchenko, K. K. (2023), "The role of digital technologies in increasing the innovation activity of tourism organizations", *Research Result. Business and Service Technologies*, 9 (2), pp. 42-51, DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-4

Введение (Introduction). Современные глобальные вызовы, в числе которых внешнее санкционное давление, пандемия коронавируса, затронули практически все страны мира и сферы нашей жизни, включая индустрию туризма и гостеприимства, важнейшими тенденциями развития которой становятся инновационные процессы и цифровые трансформации, спектр применения которых достаточно многогранен.

В этом отношении исследование цифровых и технологических аспектов инновационной деятельности туристских организаций приобретает первостепенное значение и является в то же время вектором развития инновационной активности. Развитие цифровых технологий является также одним из значимых факторов конкурентных позиций национальной экономики. Процесс реализации цифровых инноваций представляет собой комплексную социально-экономическую систему, основой которой является использование цифровых технологий. Цифровизация основана на переходе от аналоговой формы передачи информации в цифровой формат, что закономерно ведет к снижению затрат на производство и продвижение продуктов и услуг, росту производительности труда.

В последние годы цифровые технологии в качестве инструмента повышения инновационной активности занимают все большее место в деятельности туристских организаций, заставляя их изыскивать способы и методы переключения в единое информационное пространство, масштабировать и интенсифицировать процессы перехода на условия цифровизации ключевых секторов туристского бизнеса. Современные тренды развития туристской индустрии в настоящее время базируются на применении цифровых технологий или так называемых digital-технологий, которые

являются сегодня уже неотъемлемой составляющей современного туристского рынка, поскольку внедрение инноваций дает серьезные бонусы относительно конкурентов. Учитывая те моменты, что сфера туризма предполагает сотрудничество между значительным спектром услуг сопутствующих видов деятельности, роль и преимущества цифровых технологий в повышении инновационной активности туристских организаций становятся весьма очевидными.

Цель исследования (The aim of the work). Цель исследования заключается в разработке теоретико-методологических положений и рекомендаций, направленных на обеспечение управляющих субъектов полной и достоверной информацией относительно повышения инновационной активности туристских организаций в условиях цифровизации. Объект исследования: туристская сфера. Предмет исследования: организационно-управленческие отношения, возникающие в процессе исследования роли и значения цифровых технологий в повышении инновационной активности туристских организаций.

Материалы и методы (Materials and methods). В статье представлена зависимость цифровых трансформаций от уровня инновационного процесса, а также дано представление об идентификации цифровых технологий, которые определяют уровень инновационной активности туристских организаций. Рассмотрено понятие «информационно-коммуникационное обеспечение бизнес-процессов». На основе сформированной модели расширено понимание форм цифровизации, направленных на повышение инновационной активности туристского бизнеса. Методы исследования составили теоретические и междисциплинарные научные подходы, к которым

следует отнести: метод моделирования сложных систем, типологизация, прогнозический и вероятностные подходы. Исследование основано на принципах объективности и системности. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью цифровых инноваций как важнейшего фактора интенсивного роста внутреннего туризма в стремительно меняющейся реальности.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). На основе анализа научных публикаций и исследований можно отметить, что современным формам цифровых технологий уделяется значительное внимание как со стороны научных сообществ, так и со стороны практической деятельности. Исследованию данных проблем посвящены работы российских и зарубежных ученых. Так, Стахова Л.В. (Стахова, 2016) в своих трудах делает акцент на туристских информационных системах и предлагает модель ценностных стратегий, дифференцированных по степени использования инноваций туристскими организациями. Ряд авторов, в числе которых Кобелев О.А., Кириллова С.А. (Кириллова, 2020) освещают функциональные проблемы развития трансформационных процессов в целом. Теоретические основы инновационной деятельности широко освещены в трудах Van der Valk, Minghetti V., Buhalis D. (Van der Valk, 1998; Minghetti, 2010). Цифровую трансформацию и роль цифровых сервисов в туризме изучают Богомазова И.В., Климова Т.Б. (Богомазова, 2022). Сегмент цифровизации как отдельного направления в инновационных процессах рассмотрен в работах Морозова М.А. (Морозов, 2018). Широко освещена проблема оценки инновационной активности в работах Т.П. Левченко (Левченко, 2022), где уточняется методика оценки инновационной активности по таким элементам, как инновационный потенциал, инновационная устойчивость, интенсивность инновационной деятельности. Тем не менее, в стороне остаются вопросы, отражающие повышение инновационной активности туристских организа-

ций в условиях применения цифровых технологий в приобретении и продвижении туристского продукта. Неоднозначно также трактуются виды цифровых технологий и их влияние на основные бизнес-процессы в туристском бизнесе. Недостаточно четко определена зависимость цифровых трансформаций от уровня инновационного процесса, а также идентификация цифровых технологий, которые определяют уровень инновационной активности туристских организаций.

В связи с этим с целью создания условий для повышения инновационной активности предприятий и организаций индустрии туризма и гостеприимства существует необходимость исследования и уточнения влияния процессов цифровизации на повышение инновационной активности (рис. 1).

Предложенная схема дает возможность определить и идентифицировать цифровые технологии, направленные на повышение инновационной активности, в том числе в отношении вида инновации с учетом специфики туристского бизнеса. В указанной схеме просматривается прямая взаимосвязь технологических и цифровых трансформаций, построенная по структурно-функциональному признаку, где в качестве типологии заложен принцип системности исследования базовых составляющих.

Схематично роль цифровых технологий в повышении инновационной активности в виде подсистемы «Информационно-коммуникационное обеспечение бизнес-процессов» представлена на рисунке 2.

Цифровые технологии в повышении инновационной активности сферы туризма во многом ориентированы на предпочтения туристов с последующим повышением продаж, однако стоит отметить, что с распространением Интернета сам способ обработки данных туркомпаниями, как и сами стратегии продаж претерпевают значительные трансформации.

С развитием IT-технологий стал возможен сбор, хранение, обработка и анализ больших объемов информации или «Big data».

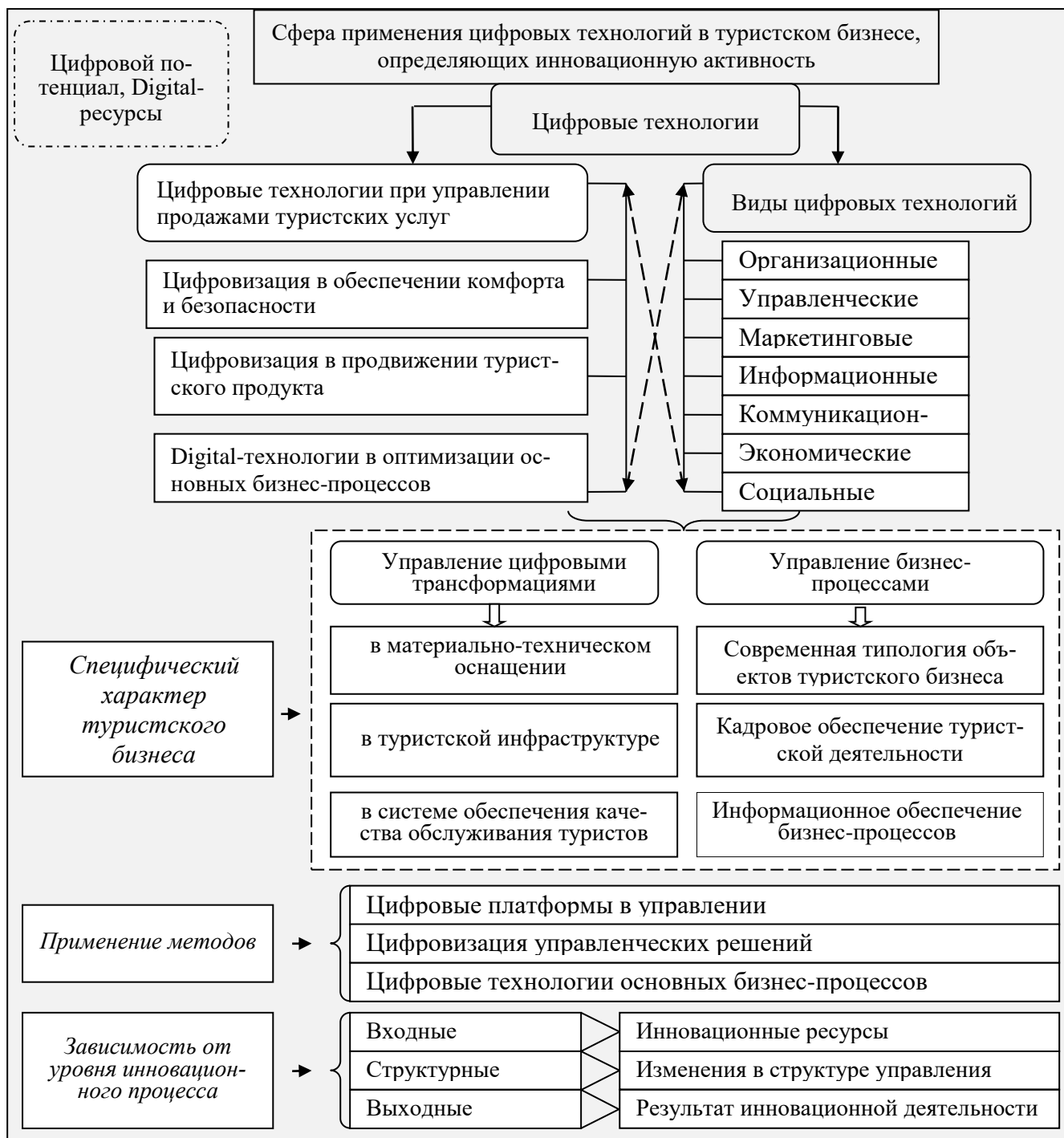


Рис. 1. Взаимосвязь цифровизации с инновационной активностью туристских организаций. Источник: составлено авторами
Fig. 1. The relationship of digitalization with the innovative activity of tourism organizations. Source: Compiled by the authors

В данном случае речь идет о любой информации, которую можно получить о потребителе на основе системы опросов, мониторинга поисковых Интернет-запросов, анализа данных внутри одной организации, национальной и международной статистики.

Примером может служить продукт компании Amadeus, платформа «Featured

Results», запущенная в 2013 г. (Benyon, 2014). Благодаря механизмам гибкого поиска, система обрабатывает большой объем данных и в результате выдает пользователю наиболее дешевые, быстрые и популярные варианты перелетов. Аналогичным образом сегодня работают и другие популярные сервисы (AviaSales, Skyscanner и др.).

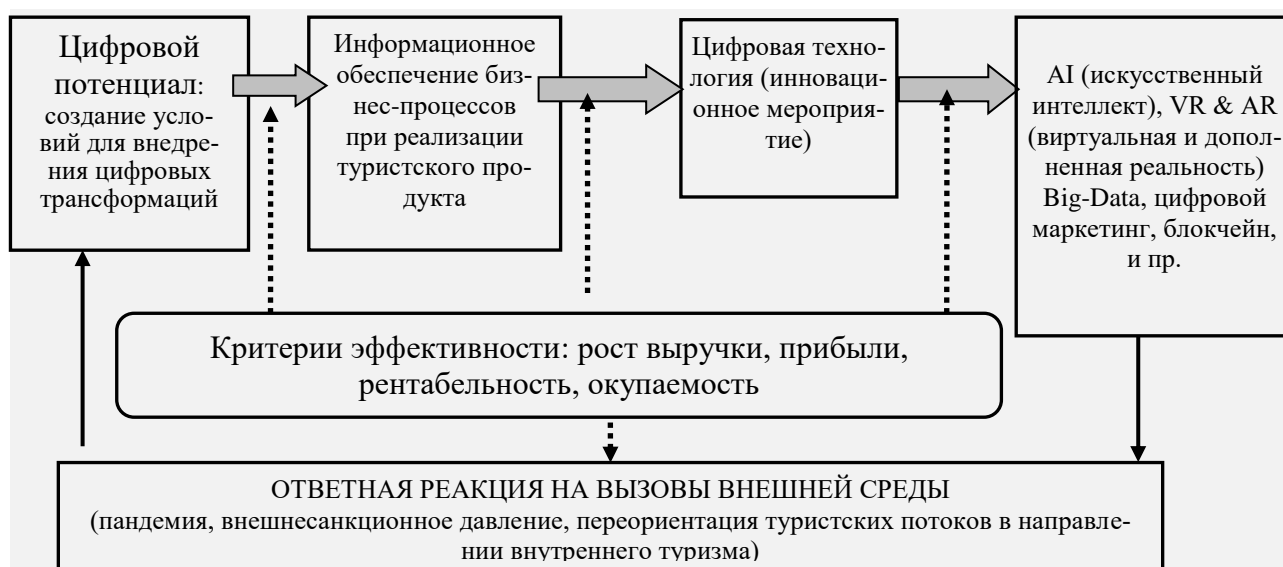


Рис. 2. Подход к реализации цифровых технологий, повышающих инновационную активность туристских организаций.

Источник: составлено авторами

Fig. 2. An approach to the implementation of digital technologies that increase the innovative activity of tourism organizations. Source:

Compiled by the authors

Возможность анализа большого объема данных дала толчок к развитию цифрового маркетинга в туризме (Dredge, 2018). Современный маркетинг изменил облик самих туристских организаций. Сокращение офлайн-агентских продаж и туроперейтинга, прежде всего, на экскурсионных направлениях все сильнее вынуждает туристическую индустрию переходить от офисов по продажам туров к цифровому хабу (seo-продвижение веб-ресурса, продвижение в социальных сетях, партнерский маркетинг и др.). С ростом объема и скорости передачи данных наиболее приоритетной задачей стала защита от киберпреступлений. Так, в 2017 г. в ООН была создана Исследовательская группа Секретариата Международной организации гражданской авиации (ICAO) по кибербезопасности, основной целью работы которой является устойчивость авиационного сектора к кибератакам при сохранении надежности в условиях внедрения инноваций и непрерывного развития. Результатом работы исследовательской группы стала Стратегия кибербезопасности в области гражданской авиации, подготовленная к 40-ой Сессии ассамблеи ICAO в 2019 г. Важным этапом

цифровизации и ее роли в повышении инновационной активности является внедрение IT-технологий в процессы документооборота.

Так, например, блокчейн-технологии позволяют хранить данные о финансовых операциях в едином цифровом пространстве. Главными преимуществами данной системы являются прозрачность и отсутствие иерархии, поскольку каждый участник имеет доступ ко всей информации в «цепи».

В последнее время в области цифровизации продаж туристских услуг особое значение приобретает концепция электронной путевки. Электронная путевка является попыткой оцифровать процесс договорных отношений между туристом, турагентом и туроператором, которая подразумевает подключение туроператоров к единой информационной системе, благодаря чему станет возможным осуществлять прямое взаимодействие всех сторон, задействованных в приобретении и реализации турпродукта. В наиболее общем виде элементы цифровизации сферы туризма, направленные на повышение инновационной активности, возможно представить в виде модели, представленной на рис. 3.

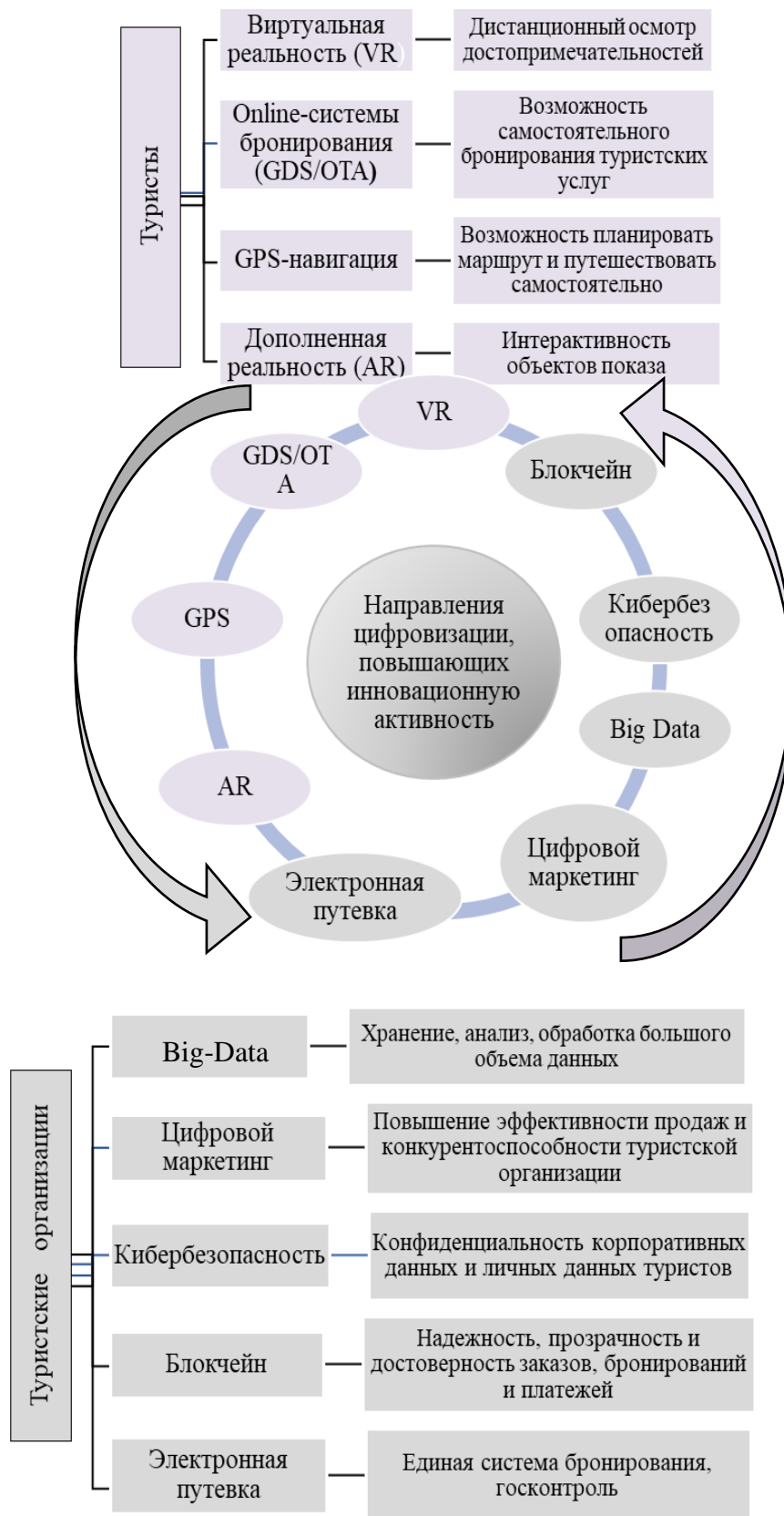


Рис. 3. Модель, отражающая направления цифровизации, направленные на повышение инновационной активности туристского бизнеса.

Источник: составлено авторами

Fig. 3. A model reflecting the directions of digitalization aimed at increasing the innovative activity of the tourism business. Source: Compiled by the authors

Процессы реализации цифровых технологий, повышающих инновационную активность туристских организаций и их взаимодействие с пользователями, могут быть осуществлены по схеме В2С или бизнес-потребитель (Business-To-Consumer), которая представляет собой форму цифровизации, направленную на повышение инновационной активности в части осуществления системы продаж потребителям на основе онлайн-инструментов, обеспечивающих удобное и эффективное обслуживание туристов по приобретению выбранных туров и сопутствующих услуг. Цифровые инновации включают также процессы приобретения туристского продукта, его продажи посредством мобильных сервисов и онлайн-приложений, они предоставляют потребителям возможность скомпоновать для себя наиболее подходящий турпакет. Повышение инновационной активности в сфере туристской деятельности позволяет пользователям существенно снизить затраты и обеспечить комфортные условия приобретения туристских услуг. Все эти аспекты и формируют экономиче-

скую сущность цифровых технологий в повышении инновационной активности.

Реализация представленной модели предполагает детализацию инновационных услуг туристской индустрии, отражающих современные тренды и являющихся векторами развития инновационной активности.

Цифровые помощники уже стали достаточно обыденными при использовании в повседневной деятельности индустрии туризма. По данным эксперта в области информатики и искусственного интеллекта, Патрика Уинстона, цифровых помощников уже используют 72% управляющих гостиницами, отмечая при этом наличие многих преимуществ, включая простую экономию времени.

Агентством стратегических инициатив (АСИ) было проведен опрос целевой аудитории – представителей сферы туризма (от туроператоров и отельеров до производителей сувенирной продукции) с целью выяснения степени применения цифровых технологий в своей деятельности, результаты которого представлены на рисунке 4.



Рис. 4. Инновационные и цифровые технологии, применяемые организациями индустрии туризма и гостеприимства (АСИ, 2023)
Fig. 4. Innovative and digital technologies applied by tourism and hospitality industry organizations (ASI, 2023)

Еще одной особенностью усиления роли цифровых технологий в повышении инновационной активности туристских ор-

ганизаций в современных условиях является активная рекламная кампания, направленная на стимулирование потенци-

альных туристов к самостоятельному онлайн-бронированию билетов. Финансовые организации также заинтересованы в оказании туристам услуг *internet-acquiring*, поскольку эти процессы в первую очередь ориентированы на рост доли владельцев кредитных карт, оплачивающих туристические услуги посредством сети Интернет.

Дальнейшее развитие цифровых технологий в туризме подразумевает использование такого важнейшего инструмента онлайн-продаж, как нишевые или *travel-marketплейсы*, то есть своеобразные торговые площадки. Современные реалии привели к тому, что отечественный рынок торговых площадок в онлайн-туризме вынужден осуществить переориентацию в связи с наличием ряда ограничений. Так, ушли с российского туристского рынка Booking, Momondo и Skyscanner, что привело к потере 18% пользователей. На долю российских *travel-marketплейсов*, в числе которых «ЦИАН», «Островок», Tutu.ru, «Яндекс Путешествия», TVIL.ru, «Командировка.ру» и др. в настоящее время приходится менее 30%, что свидетельствует о том, что имеющиеся подобные инструменты цифровизации туристского бизнеса пока еще не являются лидерами на рынке онлайн-туризма. Тем не менее, Ozon Travel сумел организовать и запустить сервис бронирования отелей, «Турмашина» разработала сервис для путешествий, в котором стала возможным одновременная покупка билетов и бронирование места размещения.

Заключение (Conclusions). Таким образом, цифровые технологии в современных условиях являются важнейшим инструментом повышения инновационной активности туристских организаций, значимым фактором роста эффективности и качества туристских услуг, вносящим множество преимуществ в функционирование туристской индустрии. К подобным преимуществам можно отнести:

- расширение каналов продвижения туристского продукта и услуг;
- снижение издержек;
- обеспечение своевременности и точности информации;

- ускорение операционных процессов, в том числе оплаты;
- повышение уровня и качества обслуживания туристов;
- улучшение взаимоотношений с туристами (обратная связь);
- возможность ориентировать и адаптировать предложение под потенциальный спрос;
- отсутствие временных и пространственных ограничений в процессе ведения бизнеса.

Для более глубокого и детального понимания процесса повышения инновационной активности индустрии туризма необходимо соблюдение триединой концепции: «наука», выступающая в качестве источника и отправной точки инновационных идей и цифровых трансформаций, «экономика», интегрирующая туристские предприятия и организации, реализующие инновационные процессы и технологии, «цифровизация» – как важнейшая составляющая в реализации возможности интенсификации реализации турпродукта, повышения доступности услуг и обеспечения круглосуточного доступа потенциального туриста к предложению.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Богомазова И. В., Климова, Т. Б. Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма. Экономика. Информатика, 2022. № 49(4). С. 718-730.

Кириллова С.А. Цифровизация внутреннего туризма как инструмент повышения конкурентоустойчивости территорий // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. 2020. С. 229-234.

Левченко Т.П. Инновационная активность организаций индустрии туризма и гостеприимства: оценка, инструменты и сценарии развития: монография / Т.П. Левченко. – Сочи: ФИЦ «СНЦ РАН», 2022. –273 с.

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.

Стахова Л.В. Преимущества использования динамического пакетирования туров для отрасли и бизнеса // Научный журнал Сервис plus. 2016. Том 10, № 3, 2016. С.28-36.

Benyon, D. Presence and digital tourism // *AI & Society*. 2014. № 4. PP. 521-529. doi: 10.1007/s00146-013-0493-8.

Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E., Popescu, E.S. (2018), Digitalization in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GR0-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen.

Minghetti, V., Buhalis, D. Digital divide in tourism // *Journal of Travel Research*. 2010. No. PP. 267-281. doi: 10.1177/0047287509346843.

Neidhardt J. and Worndl W. (2020), Information and Communication Technologies in Tourism, Proceedings of the International Conference in Surrey, Springer, 322 p.

Van der Valk, W.D.M. (1998), De innovativiteit van de Nederlandse industrie. Zoetermeer: EIM. 367 p.

References

Benyon, D. (2014), "Presence and digital tourism", *AI & Society*, pp. 521-529.

Bogomazova, I.V. and Klimova, T.B. (2022), "Digital Services and the Tourist Ecosystem in the Development of Domestic Tourism", *Economics. Information technologies*, 49(4), pp. 718–730.

Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. and Popescu, E.S. (2018), *Digitalization in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GR0-SME-17-*

C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory, Aalborg University, Copenhagen.

Kirillova, S.A. (2020), "Digitalization of domestic tourism as a tool to increase the competitiveness of territories", *Innovative technologies for managing the socio-economic development of Russian regions*, pp. 229-234.

Levchenko, T.P. (2022), *Innovative activity of organizations in the tourism and hospitality industry: assessment, tools and development scenarios*, monograph, 273 p.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2018), "New paradigm for the development of tourism and the hospitality industry in a digital economy", *Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society*, 1. pp. 135-141.

Stakhova, L.V. (2016), "Advantages of using dynamic packaging of tours for industry and business", *Service Plus Scientific Journal*, vol. 10, 3, pp. 28-36.

Minghetti, V. and Buhalis, D. (2010), "Digital divide in tourism", *Journal of Travel Research*, 3, pp. 267-281.

Neidhardt, J. and Worndl, W. (2020), *Information and Communication Technologies in Tourism*, Proceedings of the International Conference in Surrey, Springer, 322 p.

Van der Valk, W.D.M. (1998), *De innovativiteit van de Nederlandse industrie*, Zoetermeer, EIM, 367 p.

Данные об авторах

Чуваткин Петр Петрович,

доктор экономических наук, главный научный сотрудник

Левченко Константин Константинович,

кандидат экономических наук, заместитель руководителя

Information about the authors

Peter P. Chuvatkin, Doctor of Economics, Chief Researcher

Konstantin K. Levchenko, Candidate of Economic Sciences, Deputy Head