



DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2024.3.10>

UDC 338.012
LBC 65.433

Submitted: 03.06.2024
Accepted: 18.06.2024

DIGITALIZATION AS A NEW REALITY IN THE MANAGEMENT OF THE RUSSIAN TOURISM MARKET

Elena G. Gushchina

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Elena M. Vitalyeva

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Abstract. Digitalization is one of the key trends in the modern world, affecting various spheres of public life, and the tourism industry is no exception. In this context, digitalization of the management of the region's tourism market can bring both benefits and challenges. On the one hand, digitalization allows tourists to receive more detailed and up-to-date information about tourist sites, services, and offers in the region, which can stimulate the growth of tourist activity and increase the flow of visitors. On the other hand, digitalization increases the risks of cyber attacks and data theft, so it is necessary to take measures to ensure the cybersecurity of the tourist infrastructure. Under the conditions of sanctions and import substitution, many international digital systems and services for Russian tourists became unavailable, which contributed to the emergence and development of national applications and services for tourists. There is a need to explore existing digital opportunities, compare Russian and Western services for tourists, and form recommendations for further development and adaptation of digital services to the needs of society. The article analyzes the modern digital institutional environment, compares Western and Russian services for tourists, examines the target audience and consumer preferences of Russian tourists, and provides recommendations within the framework of the tourism development strategy in the regions of the country.

Key words: tourism industry, tourism resource management, digitalization, tourism ecosystem, regional development, development strategy.

Citation. Gushchina E.G., Vitalyeva E.M. Digitalization as a New Reality in the Management of the Russian Tourism Market. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Journal of Volgograd State University. Economics], 2024, vol. 26, no. 3, pp. 122-133. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2024.3.10>

УДК 338.012
ББК 65.433

Дата поступления статьи: 03.06.2024
Дата принятия статьи: 18.06.2024

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКИМ РЫНКОМ РОССИИ

Елена Геннадьевна Гущина

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Елена Михайловна Витальева

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Цифровизация является одним из ключевых трендов современного мира, затрагивает различные сферы общественной жизни, и туристическая отрасль не является исключением. В этом контексте цифровизация управления туристским рынком региона может принести как выгоды, так и вызовы. С одной стороны, цифровизация позволяет туристам получать более подробную и актуальную информацию о туристических объектах, услугах и предложениях в регионе, что может стимулировать рост туристической актив-

ности и увеличить поток посетителей. С другой стороны, цифровизация повышает риски кибератак и кражи данных, поэтому необходимо принимать меры по обеспечению кибербезопасности туристической инфраструктуры. В условиях санкций и импортозамещения многие международные цифровые системы и сервисы для туристов России стали недоступными, что способствовало появлению и развитию национальных приложений и сервисов для туристов. Возникла потребность в изучении существующих цифровых возможностей, сравнении российских и западных сервисов для туристов и формировании рекомендаций для дальнейшей разработки и адаптации цифрового обслуживания под потребности общества. В статье анализируется современная цифровая институциональная среда, проводится сравнение западных и российских сервисов для туристов, рассматриваются целевая аудитория и потребительские предпочтения российских туристов, даются рекомендации в рамках стратегии развития туризма в регионах страны.

Ключевые слова: туристская отрасль, управление туристскими ресурсами, цифровизация, туристская экосистема, региональное развитие, стратегия развития.

Цитирование. Гущина Е. Г., Витальева Е. М. Цифровизация как новая реальность в управлении туристским рынком России // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2024. – Т. 26, № 3. – С. 122–133. – DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2024.3.10>

Введение

Важность туризма как одного из ключевых факторов развития регионов привлекает внимание государств и международных организаций к необходимости создания благоприятных условий для роста конкурентоспособности туристских продуктов. Качественный и планомерный подъем туристской отрасли включает в себя разработку и реализацию стратегий и программ развития туризма, совершенствование законодательства, повышение качества туристской инфраструктуры, обучение и подготовку специалистов, а также активное внедрение современных цифровых технологий в данную хозяйственную сферу деятельности. В целом туризм играет важную роль в развитии экономики и общества, позволяя улучшить качество жизни населения и способствуя сохранению и популяризации культурного и природного наследия. Поэтому создание благоприятных условий для развития туризма является одним из приоритетных направлений государственной политики и международного сотрудничества.

При этом возможности развития этого потенциала во многом связаны с эффективностью управления туристскими ресурсами территории как основными факторами функционирования данной отрасли. В современной реальности цифровизация оказывает значительное влияние на регулирование туристского рынка в России. Общество привыкло к удобствам и сокращению транзакционных издержек за счет цифровых технологий, которые позволяют создавать более персонализированные услуги для туристов, например через мобильные приложе-

ния и онлайн-бронирование. Аналитика больших данных и автоматизация процессов способствуют более эффективному управлению ресурсами и предложениями на туристском рынке. Социальные сети и онлайн-платформы открывают новые возможности для продвижения туристских продуктов и привлечения клиентов. Цифровизация позволяет туркомпаниям выходить на новые рынки и привлекать иностранных туристов, предлагая информацию на разных языках и в различных форматах. Цифровизация туристского рынка в России – это не только тренд, но и необходимость, обусловленная глобальными изменениями в потребительских предпочтениях и поведении, а также желанием отрасли быть более устойчивой и адаптивной к изменениям.

Вопросы цифровизации в туристской отрасли привлекают внимание многих ученых и исследователей [Домничева, 2018; Пастухова, 2019; Черевичко и др., 2019]. Анализируются темпы развития туристской отрасли в условиях цифровой трансформации экономики [Захарцев и др., 2017]. Формы и проявления цифровизации в туризме важны для осуществления правовой и законодательной составляющей туристской отрасли регионов [Бугорский, 2011].

Существование и развитие туристской отрасли в условиях цифровизации затрагивают такие важные аспекты, как управление персоналом в туризме и формирование цифровых кадров [Черевичко и др., 2019].

Под влиянием новых технологий происходят изменения в применении кластерного подхода к управлению туристской отраслью

в силу необходимости корреляции, систематизации и предоставления данных из сопутствующих отраслей и сфер деятельности [Бороненко, 2023].

Цель работы – выявить специфику управления туристской отраслью в условиях цифровизации.

Представляется необходимым дополнить научные изыскания в силу недостаточной разработанности аспектов, связанных с темпами развития российских сервисов для туристов, выделить возможности развития туристской отрасли с точки зрения кластерного подхода и цифровой институциональной среды.

Объекты и методы исследования

Методология исследования включает такие общенаучные методы, как систематизация данных, сравнительный анализ, синтез. Исследование опирается на профильные научные публикации, фактологические сведения.

Результаты анализа и обсуждение

Под цифровой институциональной средой в данном исследовании понимается комплекс правовых, организационных и технологичес-

ких условий, которые обеспечивают функционирование и развитие цифровой экономики в туристской отрасли. Она включает в себя элементы, которые вместе создают основу для эффективного взаимодействия между участниками туристского рынка, повышают прозрачность и доступность услуг, способствуют интеграции новых технологий в туризме. Цифровая институциональная среда формирует условия существования отраслей, включая сферу туристских услуг. Рассмотрим условия функционирования туристского рынка в цифровой реальности (рис. 1).

Представляется, что цифровая институциональная среда выступает в качестве цифрового двойника отрасли, включающего в себя законы и подзаконные акты, сведения о территориях, местах пребывания и размещения, памятниках культуры и архитектуры, а также заведениях общепита, инфраструктуре, транспорте и т. д. Цифровизации подверглись работники туристской отрасли, и в научной литературе стал появляться термин «цифровые кадры» [The Travel and Tourism ... , 2021]. Во многом потребление туристских услуг также стало цифровым: туристские потребности удовлетворяются с помощью средств связи (доставка, аудиоэкскурсия и т. д.)



Рис. 1. Цифровая институциональная среда туристского рынка

Fig. 1. Digital institutional environment of the tourism market

Примечание. Составлено авторами по: [Гущина и др., 2024].

Туристскую деятельность сложно рассматривать обособленно от сопутствующих ей экономических и социальных сфер, таких как сектор общественного питания, транспорт, спорт. В силу этого следует выявить специфику туристской деятельности в условиях цифровизации в рамках кластерного подхода.

К основным отличиям кластера от комплекса относятся [Нюренбергер и др., 2023]:

– задействование большего числа субъектов взаимодействия;

– более стабильные и тесные взаимосвязи субъектов.

К примеру, туристский комплекс включает в себя организации, продукты и услуги, непосредственно связанные с туризмом и входящие в туристский комплекс. В рамках кластера рассматриваются многие сопутствующие отрасли (к примеру, фармацевтическая).

К положительным сторонам кластерного подхода при рассмотрении туристской отрасли относится изучение всех субъектов экономики, так или иначе связанных с туристской отраслью, – так называемых заинтересованных сторон. При этом когда речь идет о кластерах, то источник управления отсутствует. Кластер представляет собой саморегулирующийся механизм, который работает благодаря синергетическому эффекту. Однако следует отметить, что в современной действительности возникает необходимость осуществления контроля за процессами, происходящими на смежных рынках, а также определения не только «заинтересованных», но и «ответственных сторон», что с большей доступностью и эффективностью можно осуществить в условиях цифровизации [Туризм и сервис ... , 2023].

Представляется необходимым рассматривать туристский рынок как социально значимый, наравне с рынком образовательных услуг, рынком труда и рынком здравоохранения. В рамках кластерного подхода, когда субъекты данных рынков взаимосвязаны между собой, контроль за одним процессом приведет к контролю и за другими процессами, что значительно облегчит исправление ошибок на начальном этапе, позволит своевременно корректировать стратегии развития [The Travel and Tourism ... , 2019].

Безопасное и комфортное пребывание туристов на территории требует использования разнообразных услуг, в том числе медицинских, логистических, юридических, коммунальных и многих других. Качественная работа всех этих сфер становится фактором, влияющим на общее впечатление туристов значительно выше, чем восприятие качества услуг, предоставляемых туристскими предприятиями, такими как гостиницы, рестораны, турфирмы, экскурсионные бюро и пр. Таким образом, формируется заинтересованность и со стороны рынка, и со стороны государства в формировании единой, доступной для потребителя цифровой экосистемы, в которой туризм является важным элементом [The Travel and Tourism ... , 2021].

Согласно статистике, в 2020–2024 гг. наблюдаются изменения в динамике и структуре туристского потока, что вызвано эпидемиологическими, политическими и экономическими факторами. С 2020 г. начинаются изменения в особенностях потребления туристских услуг. К примеру, люди стали отдавать предпочтение самостоятельному бронированию средств размещения, авиа- и железнодорожных билетов, экскурсий онлайн, а не прибегать к помощи турфирм. Потоки туристов внутри страны стали значительно увеличиваться в связи с пандемией, что дало толчок развитию цифровых сервисов. Однако в 2020 г. сервисы, которыми пользовались туристы, были западными и российский рынок IT-продуктов для туристов практически не развивался. В условиях экономико-политической ситуации 2022 г. стали набирать обороты российские цифровые разработки для туристов, что способствовало увеличению туристского потока внутри страны [Плотность населения ... , 2023]. Объем туристского рынка определяется туристским потоком. Туристский поток – это общее количество туристских поездок на определенную территорию за определенный промежуток времени. В рамках исследования проводится анализ 2019 г. – допандемийного, 2020–2021 гг. – периода пандемии и последующей адаптации общества к новым эпидемиологическим условиям, 2022–2024 гг. – санкционного периода и периода нестабильности экономико-политической ситуации. Наглядно туристский поток по РФ и округам Российской Федерации за 2022 и 2023 гг. представлен на рисунке 2.

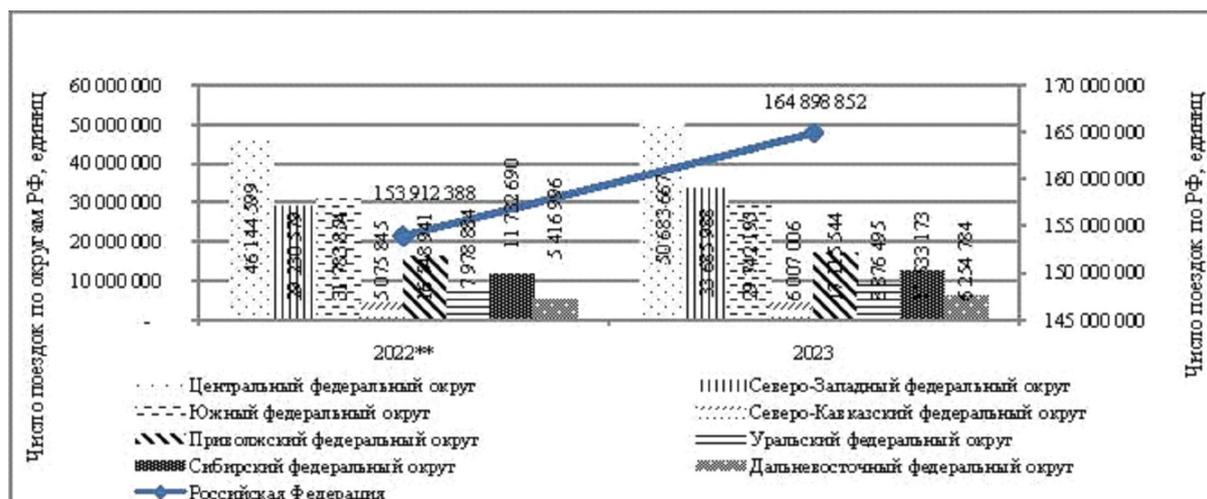


Рис. 2. Оценка туристского потока по числу поездок в 2022–2023 годах

Fig. 2. Assessment of tourist flow by number of trips in 2022–2023

Примечание. Составлено авторами по: [Туристский поток ...; Ostrovok и «Яндекс Путешествия» ...].

Различают следующие виды туристского потока:

– туристский поток по Российской Федерации – общее количество туристских поездок, совершенных российскими и иностранными туристами в пределах РФ;

– въездной туристский поток в Российскую Федерацию – общее количество въездных туристских поездок, совершенных иностранными туристами в РФ [Пахомова, 2021];

– внутренний туристский поток по Российской Федерации – общее количество туристских поездок, совершенных российскими туристами в пределах РФ;

– выездной туристский поток из Российской Федерации – общее количество туристских поездок, совершенных российскими туристами за пределы РФ [Погодина и др., 2021].

Численность выездных туристских поездок иностранных граждан в Россию в 2020 г. снизилась на 74 % по сравнению с 2019 годом. В 2021 г. наблюдается увеличение данного показателя на 11,3 % по сравнению с 2020 годом. В 2022 г. произошло увеличение показателя на 5,1 % – до 16,4 % по сравнению с 2021 годом. За период с 2020 по 2023 г. произошло увеличение данного показателя на 29,1 %. В целом же за исследуемый период наблюдается снижение числа выездных туристских поездок иностранных граждан в Россию на 66,4 %.

Число выездных туристских поездок граждан России в зарубежные страны снизи-

лось в 2020 г. на 72,7 % по сравнению с 2019 годом. В 2021 г. наблюдается увеличение данного показателя на 55,3 % по сравнению с 2020 годом. В 2022 г. произошло увеличение показателя до 17,1 % по сравнению с 2021 годом. За период с 2020 по 2022 г. произошло увеличение данного показателя на 81,9 %. В целом же за исследуемый период наблюдается снижение числа выездных туристских поездок граждан России в зарубежные страны на 50,4 %.

Граждане России совершают туристские поездки в зарубежные страны значительно чаще, чем иностранные граждане въезжают в Россию с целью туризма. В частности, в 2019, 2020 гг. граждане России выезжали в зарубежные страны в 1,9 раза чаще, чем иностранные граждане въезжали в Россию с целью туризма. В 2021 и 2022 гг. данный показатель увеличился до 2,7 (см. рис. 3). Отметим, что Россия заинтересована в увеличении показателя выездного туризма, и следует уделить особое внимание разработке сетей и платформ для иностранных туристов, которые позволят мобильно решить проблемы, связанные с туристскими визами, законодательством, бронированием и т. д.

Динамика числа выездных туристских поездок иностранных граждан в Россию по месяцам за 2022 и 2023 гг. представлена на рисунке 4.

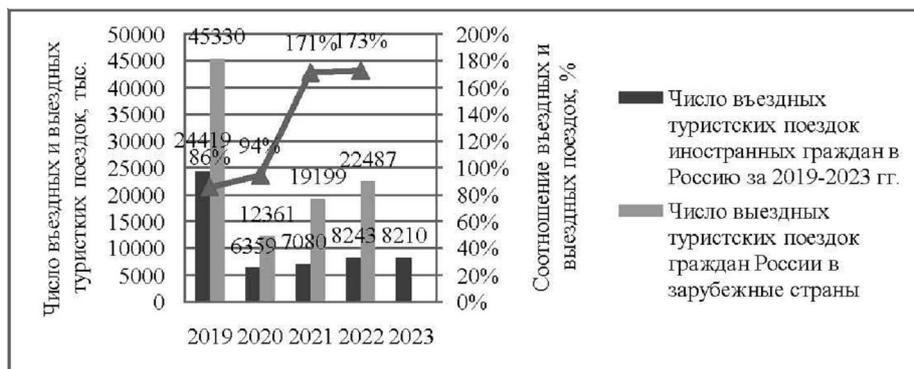


Рис. 3. Динамика въездного и выездного туристского потока в 2019–2023 годах

Fig. 3. Dynamics of inbound and outbound tourist flows in 2019–2023

Примечание. Составлено авторами по: [Туристский поток ...; Ostrovok и «Яндекс Путешествия» ...].



Рис. 4. Динамика числа въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию по месяцам в 2022–2023 годах

Fig. 4. Dynamics of the number of inbound tourist trips of foreign citizens to Russia by month in 2022–2023

Примечание. Составлено авторами по: [Туристский поток ...; Ostrovok и «Яндекс Путешествия» ...].

Величина расходов российских граждан на туризм и отдых в 2021, 2022, 2023 гг. выросла, но не достигла уровня 2019 года. В целом к концу исследуемого периода россияне стали тратить на туризм почти в 2 раза меньше по сравнению с началом периода, снизился и удельный вес расходов на туризм в общем объеме потребительских расходов россиян.

Одним из факторов успешного развития туристского бизнеса в регионах России является степень обеспеченности их инфраструктурой, удовлетворяющей современным требованиям туризма. Далее проведем анализ инфраструктуры туристского бизнеса в РФ и дадим оценку ряду социально-экономических показателей. Анализ деятельности предприятий, занимающихся организацией путешествий в РФ, начнем с исследования динамики

показателя численности туристских компаний. В таблице 1 приведены данные о численности турфирм в РФ за период с 2019 по 2023 год.

Из данных таблицы следует, что численность турфирм в РФ в 2020 г. сократилась на 1,8% по сравнению с 2019 г. – с 12,7 до 12,5 тысяч. При этом необходимо уточнить, что снижение спроса на выездной туризм наблюдалось уже с 2018 г., в частности в 2018 г. число турфирм сократилось на 7,2%, с 13,67 до 12,7 тыс., что привело к банкротству ряда туроператоров. Численность турфирм по видам деятельности за 2019–2022 гг. приведена на рисунке 5.

Падение численности турфирм продолжилась и в 2019, и в 2020 году. Такая тенденция прослеживается во многом и в 2023–2024 годах. Одной из причин можно назвать цифровизацию – развитие интернет-техноло-

Таблица 1. Численность туристских компаний в России в 2019–2023 годах

Table 1. Number of travel companies in Russia in 2019–2023

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Численность турфирм	12 690	12 463	13 076	13 608	13 412
Динамика (% к предыдущему году)	–	–1,8	4,9	4,1	–1,4

Примечание. Составлено авторами по: [Панова, 2021].

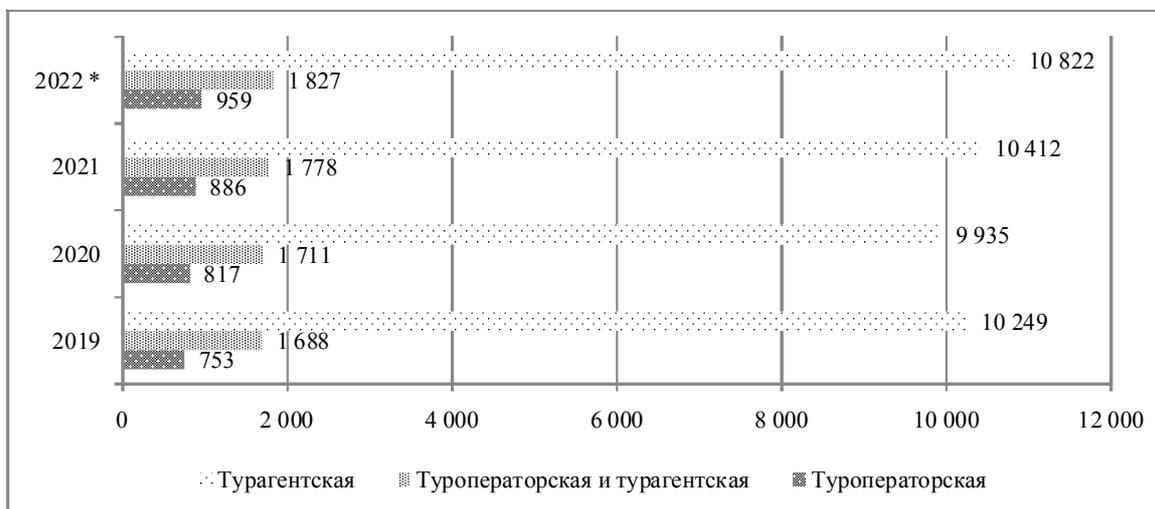


Рис. 5. Численность турфирм по видам туристской деятельности в 2019–2022 годах

Fig. 5. Number of travel agencies by type of tourism activity in 2019–2022

Примечание. Составлено авторами по: [Панова, 2021].

гий и онлайн-сервисов по бронированию жилья, а также перемещению внутри стран.

На рисунке 6 представлено число российских туристов, отправленных турфирмами по России и в зарубежные страны за период с 2019 по 2022 год.

Из диаграммы на рисунке видно, что в 2019 г. россияне отдавали предпочтение зарубежным турам. Численность российских граждан, отправленных турфирмами в зарубежные туры, в 1,7 раза превышала числен-

ность россиян, воспользовавшихся услугами турфирм для приобретения туров по России. С 2020 г. наблюдается обратная картина. В частности, в 2022 г. число российских туристов, отправленных турфирмами в туры по России, в 1,4 раза превысило число россиян, отправленных туристскими компаниями в зарубежные страны.

Число реализованных населению турпакетов снизилось по сравнению с 2019 г. на 1,1 %, при этом стоимость реализованных на-

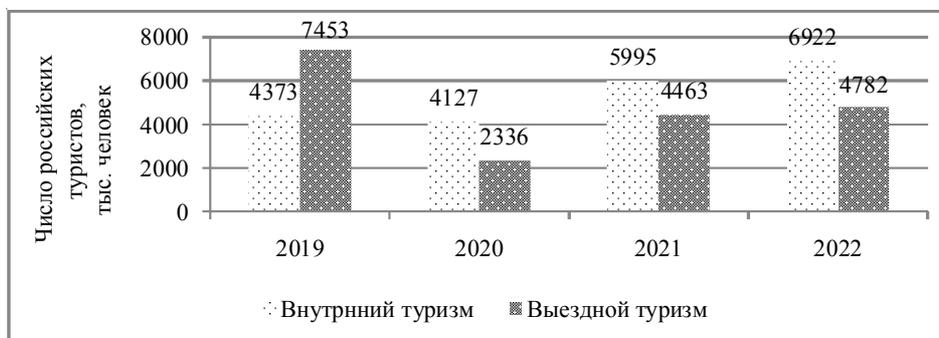


Рис. 6. Число отправленных российских туристов в туры по России и в зарубежные страны в 2019–2022 годах

Fig. 6. The number of Russian tourists sent on tours around Russia and foreign countries in 2019–2022

Примечание. Составлено авторами по: [Туристский поток ...; Ostrovok и «Яндекс Путешествия» ...].

селению турпакетов увеличилась на 16,78 % за аналогичный период. Средняя стоимость одного турпакета увеличилась на 12,9 тыс. рублей в абсолютном выражении, или на 18 %. Данная динамика показателей свидетельствует о подорожании услуг туристских компаний.

Наглядно структура распределения числа реализованных турпакетов по видам туристских потоков в 2019–2022 гг. представлена на рисунке 7.

Большую часть турпакетов, реализованных турфирмами в 2019 г., составил выездной туризм – 54,5 %, соответственно доли внутреннего и въездного туризма составили 39,6 и 5,9 % в этом же году. В 2022 г. доля внутреннего туризма возросла до 57,4 %, при этом доли выездного и въездного туризма составили 42,4 и 0,2 % соответственно. Очевидно, что, начиная с 2020 г. произошла трансформация туристских потоков и в доли туристских потоков преобладает внутренний туризм.

Исходя из представленной статистики, можно сделать вывод, что благодаря нынешнему состоянию цифровой институциональной среды и цифровизации туристского рынка изменилось поведение потребителя туристских услуг, для многих уменьшилась потребность в услугах туристских организаций благодаря онлайн-сервисам по бронированию, перемещение внутри региона и между регионами страны также стали более доступными благодаря цифровой инфраструктуре (каршеринг, электросамодвижущиеся средства передвижения и велосипеды), то есть условия для развития туризма стали более благоприятными, доступными для общества. Для дальнейшего увеличения динамики развития туристской отрасли в России следует опираясь на западные аналоги сервисов и учитывая их слабые стороны, разрабатывать собственные цифровые ресурсы, удобные как для российских туристов, так и для иностранцев. Проведем сравнение сервисов по бронированию «Островок» и «Airbnb» (см. табл. 2).

В зависимости от личных предпочтений и требований к размещению один сервис может быть более удобным, чем другой. Например, в случае, если турист ищет уникальное жилье и не против временных издержек на взаимодействие с собственником, Airbnb может быть предпочтительнее. Если необходим более быстрый и доступный процесс бронирования отеля, то подойдет «Островок».

Выводы

Если рассматривать туризм на макроуровне, то можно сделать выводы о том, что появление и развитие цифровой институциональной среды в значительной степени изменило структуру потребления туристских услуг, динамику туристских потоков, конъюнктуру рынка [Пищулов, 2021]. Общество получило возможность уменьшить тразакционные издержки благодаря современным информа-

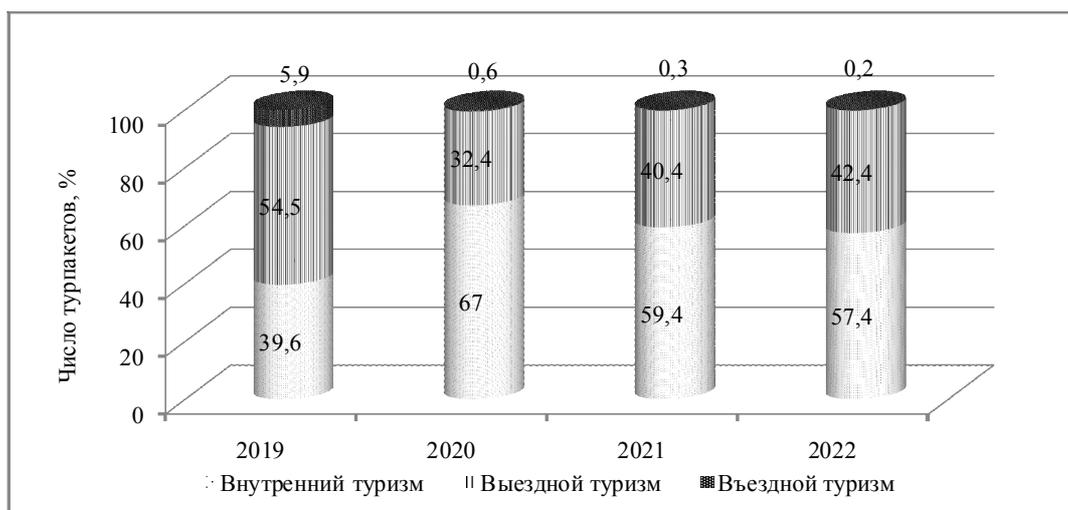


Рис. 7. Распределение числа реализованных турпакетов по видам туризма в 2019–2022 годах

Fig. 7. Distribution of the number of sold tour packages by type of tourism in 2019–2022

Примечание. Составлено авторами по: [Туризм в России...; Туризм и сервис ... , 2023].

Таблица 2. Сравнительный анализ сервисов «Островок» и «Airbnb»

Table 2. Comparative analysis of Ostrovok.ru and Airbnb

Параметр сравнения	Airbnb	Островок
Интерфейс пользователя	Предлагает интуитивно понятный интерфейс с множеством фильтров для поиска, что облегчает подбор жилья по определенным критериям	Также имеет удобный интерфейс, но ориентирован в основном на отели, что может быть менее удобно для тех, кто ищет уникальные варианты размещения
Вариативность предложений	Известен своим широким спектром уникальных вариантов размещения, от частных комнат до целых домов и необычных объектов, таких как дома на деревьях	Фокусируется больше на традиционных видах размещения, таких как отели и апартаменты
Бронирование и оплата	Процесс бронирования может включать общение с хозяином жилья, что добавляет персонализации, но также может занять больше времени	Предлагает быстрое бронирование отелей, что может быть предпочтительнее для тех, кто ищет более простой и быстрый процесс
Локализация и поддержка	Имеет глобальное присутствие и предоставляет поддержку на многих языках, что делает его удобным для международных путешественников	Может предложить более специализированную поддержку на русском языке и быть более удобным для пользователей в России и СНГ

Примечание. Составлено авторами по: [Ostrovok и «Яндекс Путешествия» ... ; Основные показатели ...].

ционными и коммуникационным системам. Туристские компании, которые не были готовы к цифровой трансформации, ушли с рынка. Их сменили онлайн-сервисы для туристов. Экономисты и социологи стали говорить о появлении цифровых кадров, и в туризме в том числе, которые осуществляют трудовую деятельность онлайн, позволяя туристам своевременно получать информацию и необходимые услуги.

Туризм следует рассматривать с позиции кластерного подхода, поскольку он тесно связан с сопутствующими ему отраслями и сферами деятельности, такими как фармацевтическая, пищевая, спортивная и т. д. Соответственно, все отрасли, которые связаны с туристской, должны подстраиваться под цифровую реальность. Предполагается, что в дальнейшем туризм станет частью глобальной цифровой экосистемы – наиболее комфортной и доступной для общества [Покровский и др., 2020].

На данном этапе в России, хоть и с запаздыванием, стали разрабатываться и эволюционировать сервисы для туристов, аналогичные западным. Основным недостатком российских сервисов является неудобство для иностранных путешественников и достаточно консервативная система бронирования исключительно аффилированных средств размещения. Также платежная система России для иностранных туристов нуждается в адаптации.

В целом цифровизация туризма открывает новые горизонты для инноваций, улучшает взаимодействие с клиентами и способствует созданию более устойчивой и прибыльной отрасли, способствует развитию региональных экономических систем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бороненко, В. Изучение роли кластеров в повышении конкурентоспособности региона / В. Бороненко // Экономист. – 2023. – № 10. – С. 50–51.
- Бугорский, В. П. Сервис и Туризм: проблемы правового регулирования и опыт решения / В. П. Бугорский // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2011. – № 8 (70). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servis-i-turizm-problemy-pravovogo-regulirovaniya-i-opyt-resheniya-1>
- Гущина, Е. Г. Исследование влияния показателей развития рынка туристских услуг на формирование трудового потенциала региона на примере Волгоградской области / Е. Г. Гущина, Е. М. Витальева, Б. Абдул // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2024. – № 1. – С. 44–50. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=59929946>
- Домничева, А. А. Управление качеством туристских услуг: теоретический анализ / А. А. Домничева // Вестник СГСЭУ. – 2018. – № 5 (74). – С. 49–52. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-kachestvom-turistskih-uslug-teoreticheskiy-analiz>
- Захарцев, С. И. Убыстрение темпа жизни как новая философская проблема / С. И. Захарцев,

- В. П. Сальников, А. В. Чумаков // Правовая информатика. – 2017. – № 1. – С. 19–22. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ubystrenie-tempa-zhizni-kak-novaya-filosofskaya-problema>
- Нюренбергер, Л. Б. Региональные туристско-рекреационные кластеры: подходы к формированию и развитию / Л. Б. Нюренбергер, А. В. Мальгин, Н. Е. Петренко // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 9. – С. 3443–3454.
- Основные показатели деятельности малых предприятий за 2023 год. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/pmicro14.htm
- Панова, А. В. Статистика туризма : учеб. пособие / А. В. Панова. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 248 с.
- Пастухова, А. Э. Цифровые технологии как драйвер развития предприятий индустрии туризма в России (accessible tourism) / А. Э. Пастухова // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2019. – № 2. – С. 150–166. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-kak-drayver-razvitiya-predpriyatiy-industrii-turizma-v-rossii-accessible-tourism>
- Пахомова, О. М. Стандартизация и контроль качества туристских услуг : учеб. пособие / О. М. Пахомова. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 135 с.
- Пищулов, В. М. Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В. М. Пищулов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 284 с.
- Плотность населения субъектов Российской Федерации, 2023. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Плотность_населения_субъектов_Российской_Федерации
- Погодина, В. Л. География туризма : учебник / В. Л. Погодина, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 256 с.
- Покровский, Н. Е. Туризм: от социальной теории к практике управления : учеб. пособие / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Унив. кн. : Логос, 2020. – 424 с.
- Туризм в России. Показатели развития туризма в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications>
- Туризм и сервис в цифровом контенте : монография / О. В. Лысикова, И. А. Горячева, Л. В. Славнецкова [и др.] ; под ред. О. В. Лысиковой. – М. : Ай Пи Ар Медиа, 2023. – 159 с. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/132154.html>
- Туристский поток (по числу туристских поездок) // Официальные статистические показатели : [интернет портал]. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/62157>
- Черевичко, Т. В. Цифровизация туризма: формы проявления / Т. В. Черевичко, Т. В. Темякова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2019. – Т. 19, вып. 1. – С. 59–64. – DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>
- Ostrovok и «Яндексе Путешествия» стали лидерами по числу бронирований. – URL: <https://www.ntv.ru/novosti/2805735>
- The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011: Beyond the Downturn. World Economic Forum. Switzerland, 2021.
- The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in the Time of Turbulence. World Economic Forum. Switzerland, 2019.

REFERENCES

- Boronenko V. Izucheniye roli klasterov v povysheniye konkurentosposobnosti regiona [Studying the Role of Clusters in Increasing the Competitiveness of the Region]. *Economist*, 2023, no. 10, pp. 50-51.
- Bugorsky V.P. Servis i Turizm: problemy pravovogo regulirovaniya i opyt resheniya [Service and Tourism: Problems of Legal Regulation and Experience of Solution]. *Vestnik RGGU. Seriya «Ekonomika. Upravleniye. Pravo»* [Bulletin of the Russian State University. Series “Economics. Management. Right.”], 2011, no. 8 (70). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servis-i-turizm-problemy-pravovogo-regulirovaniya-i-opyt-resheniya-1>
- Gushchina E.G., Vitalieva E.M., Abdul B. Issledovaniye vliyaniya pokazateley razvitiya rynka turistskikh uslug na formirovaniye trudovogo potentsiala regiona na primere Volgogradskoy oblasti [The Study of the Influence of Indicators of the Development of the Tourist Services Market on the Formation of the Labor Potential of the Region on the Example of the Volgograd Region]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava*, 2024, no. 1, pp. 44-50. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=59929946>
- Domnicheva A.A. Upravleniye kachestvom turistskikh uslug: teoreticheskiy analiz [Quality Management of Tourist Services: Theoretical Analysis]. *Vestnik SGSEU*, 2018, no. 5 (74), pp. 49-52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-kachestvom-turistskikh-uslug-teoreticheskiy-analiz>
- Zakhartsev S.I., Salnikov V.P., Chumakov A.V. Ubystreniye tempa zhizni kak novaya filosofskaya problema [Increasing the Pace of Life as a New Philosophical Problem]. *Pravovaya informatika*, 2017, no. 1, pp. 19-22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ubystrenie-tempa-zhizni-kak-novaya-filosofskaya-problema>

- Nyurenberger L.B., Malgin A.V., Petrenko N.E. Regionalnyye turistsko-rekreatsionnyye klasteri: podkhody k formirovaniyu i razvitiyu [Regional Tourist and Recreational Clusters: Approaches to Formation and Development]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2023, vol. 13, no. 9, pp. 3443-3454.
- Osnovnyye pokazateli deyatelnosti malyykh predpriyatiy za 2023 god* [Key Performance Indicators of Small Enterprises in 2023]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/pmicro14.htm
- Panova A.V. *Statistika turizma: ucheb. posobiye* [Tourism Statistics. Textbook]. Moscow, INFRA-M Publ., 2021. 248 p.
- Pastukhova A.E. Tsifrovyye tekhnologii kak drayver razvitiya predpriyatiy industrii turizma v Rossii (accessible tourism) [Digital Technologies as a Driver of Development of Tourism Industry Enterprises in Russia (Accessible Tourism)]. *Rossiyskiye regiony: vzglyad v budushee*, 2019, no. 2, pp. 150-166. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovyye-tehnologii-kak-drayver-razvitiya-predpriyatiy-industrii-turizma-v-rossii-accessible-tourism>
- Pakhomova O.M. *Standartizatsiya i control kachestva turistskikh uslug: ucheb. posobiye* [Standardization and Quality Control of Tourist Services. Textbook]. Moscow, INFRA-M Publ., 2021. 135 p.
- Pishchulov V.M. *Menedzhment v servise i turizme: ucheb. posobiye* [Management in Service and Tourism. Textbook]. Moscow, INFRA-M Publ., 2021. 284 p.
- Plotnost naseleniya subyektov Rossiyskoy Federatsii* [Population Density of the Subjects of the Russian Federation], 2023. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Плотность_населения_субъектов_Российской_Федерации
- Pogodina V.L., Filippova I.G. *Geografiya turizma: uchebnyk* [Geography of Tourism. Textbook]. Moscow, INFRA-M Publ., 2021. 256 p.
- Pokrovsky N.E., Chernyaeva T.I. *Turizm: ot sotsialnoy teorii k praktike upravleniya: ucheb. posobiye* [Tourism: From Social Theory to Management Practice. Textbook]. Moscow, Univ. kn. Publ., Logos Publ., 2020. 424 p.
- Turizm v Rossii. Pokazateli razvitiya turizma v Rossiyskoy Federatsii [Tourism in Russia. Indicators of Tourism Development in the Russian Federation]. *Federalnaya sluzhba gosudarstvennoy statistiki* [Federal State Statistics Service]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications>
- Lysikova O.V., Goryacheva I.A., Slavnetskova L.V. et al. *Turizm i servis v tsifrovom kontente: monografiya* [Tourism and Service in Digital Content. Monograph]. Moscow, Ay Pi Ar Media Publ., 2023. 159 p. URL: <https://www.iprbookshop.ru/132154.html>
- Turistskiy potok (po chislu turistskikh poyezdok) [Tourist Flow (By the Number of Tourist Trips)]. *Ofitsialnyye statisticheskiye pokazateli: internet portal* [Official Statistical Indicators. Internet Portal]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/62157>
- Cherevichko T.V., Temyakova T.V. Tsifrovizatsiya turizma: formy proyavleniya [Digitalization of Tourism: Forms of Manifestation]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravleniye. Pravo* [Izvestiya of the Saratov University. New Series. Economy. Management. Law], 2019, vol. 19, iss. 1, pp. 59-64. DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>
- Ostrovok i «Yandeks Puteshestviya» stali liderami po chislu bronirovaniy* [Ostrovok and Yandex Travel Have Become Leaders in the Number of Bookings]. URL: <https://www.ntv.ru/novosti/2805735>
- The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011: Beyond the Downturn. World Economic Forum. Switzerland, 2021.*
- The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in the Time of Turbulence. World Economic Forum. Switzerland, 2019.*

Information About the Authors

Elena G. Gushchina, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Management and Marketing, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, 1055@mail.ru, <https://ocid.org/0000-0003-3185-7675>

Elena M. Vitalyeva, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Management and Marketing, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, lenkooooo@gmail.com, <https://0000-0002-5285-6607>

Информация об авторах

Елена Геннадьевна Гущина, доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента и маркетинга, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, 1055@mail.ru, <https://ocid.org/0000-0003-3185-7675>

Елена Михайловна Витальева, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, lenkooooo@gmail.com, <https://0000-0002-5285-6607>