

УДК 338.242

DOI: 10.31040/2222-8349-2020-0-3-75-81

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИЗМА:  
ТРЕНДЫ, ЗАДАЧИ, СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ**

© С.А. Кириллова

Обоснована значимость развития цифровых технологий в сфере туризма, особенно на этапе постпандемии, выделены основные глобальные тренды цифровизации отрасли. Представлен опыт работы субъектов туристической индустрии в России и за рубежом по развитию и использованию цифровых технологий. Отмечены значимость активного внедрения цифровых технологий в рамках интегрированных цифровых инициатив, а также приоритетность государственной инициативы в продвижении и развитии цифровых процессов в туристической отрасли. Сделан вывод о необходимости создания в России институциональных и инфраструктурных условий, адекватных задачам ускоренной цифровизации туристической сферы и учета тенденций, складывающихся в области цифровой трансформации туристической индустрии в стратегических документах различного горизонта планирования.

Ключевые слова: цифровая трансформация туризма, тренды развития туризма, туристские стартапы, стратегия развития туризма, единый реестр турагентов, единая информационная система электронных путевок.

Развитие цифровой экономики на современном этапе выступает обязательным условием обеспечения конкурентоспособности страны, региона, отрасли и определяет необходимость совершенствования систем управления в экономике и социальной сфере, поиск новых механизмов, инструментов, технологий для эффективной адаптации объектов управления к меняющимся условиям их функционирования и развития.

Мировая пандемия продемонстрировала, с какой скоростью может измениться уклад жизни всего человечества. И это не только исчезновение целых отраслей и профессий, беспрецедентный рост безработицы, закрытие государственных границ, конец эпохи глобализации, это смена формата жизнедеятельности общества с «аналогового» на «цифровой». Пандемия явилась катализатором революционного развития цифровых технологий в глобальном масштабе, их проникновения буквально во все сферы общественной жизни, влекущего изменение как существующих моделей ее функционирования и развития, так и системы управления.

Туризм – одна из наиболее динамично развивавшихся сфер экономики, формировавшая более 30% объема мировой торговли услугами и привлекавшая значительные объемы инвестиций, вносящая существенный вклад в развитие

на региональном, национальном и глобальном уровнях [1], в наибольшей степени пострадавшая от пандемии коронавируса. Вместе с туризмом упадок переживают и смежные с ним отрасли – транспорт (в особенности, авиа- и железнодорожные перевозки), гостиничный бизнес, сфера общественного питания, экскурсионных услуг и др.

В условиях постпандемии восстановление и развитие отрасли во многом будет зависеть от успешности ее цифровизации, создания, в первую очередь, институциональных условий и инфраструктуры, адекватных задачам ускоренной цифровизации. Существуют минимум четыре причины для ускоренного развития цифровых технологий в сфере туризма:

**1. Динамичное развитие туризма в мире.**

За 2000–2018 гг. количество международных туристических прибытий по миру выросло с 689.65 млн чел. до 1 441.95, общий вклад в ВВП (в постоянных ценах 2011 г.) – с 5 580.65 до 8 810.96 млрд долл., обеспечив 10.4% мирового ВВП. Для Российской Федерации эти показатели изменялись соответственно в диапазонах 24.169–24.551 млн чел. и 55.207–78.623 млрд долл., что соответствует доле в ВВП страны 6.0–4.81%. Общий вклад туризма в занятость по миру составил 257 313.0 тыс. чел. в 2000 г. и 318 811.0 тыс. чел. в 2018 г. (по России –

3 805.94 и 3 292.45 тыс. чел. соответственно в 2000 и 2018 гг.) [2].

Аналитиками Всемирного экономического форума 2018 г. отмечен как 7-й год непрерывного превышения роста экспорта услуг туризма (+4.0%) над экспортом товаров (+3.0%), что дает основания ожидать к 2030 г. достижения по показателю международных туристических прибытий значения в 1.8 млрд чел. и роста вклада в ВВП почти на 50% [3].

**2. Предпочтение цифровых технологий самой значительной группой населения – поколения Y (миллиниалов) и поколения Z, выросших / родившихся уже в цифровую эпоху и активно использующих онлайн-инструменты для решения различных задач.** По результатам глобального «Опроса поколения третьего тысячелетия за 2019 год», проведенного международной компанией Deloitte, 71.0% миллениалов приветствует всеобщую цифровизацию, причем большинство считает, что преимущества инновационных технологий перевешивают риски. Следует отметить, что на первом месте их устремлений и интересов – путешествия и впечатления (по 57.0% представителей обеих групп поколений) [4], что также оказывает влияние на трансформацию отрасли туризма в соответствии с особенностями этих поколений и их представлениями об удобстве организации путешествий и определяет перспективы цифровизации туризма.

Следует отметить, что уже сейчас значительная доля путешественников в мире (74.0%) планирует свое путешествие онлайн [5, с. 39].

**3. Получение социально-экономических эффектов в результате перехода к цифровой экономике – prime-элементу обеспечения и поддержания конкурентных преимуществ страны, региона, территории в XXI в.** В выигрыше будут страны, активно участвующие в этом процессе.

Страны-лидеры по использованию цифровых технологий в полной мере используют возможности цифровой экономики для обеспечения инклюзивного экономического роста, расширения масштабов торговли и ее диверсификации, создания новых рынков и услуг, новых рабочих мест, повышения эффективности инвестиций и производительности труда. Цифровые технологии способствуют интеграции, позволяя компаниям, включая малые и средние предприятия, расширять торговлю. Новые технологии усиливают инновации и

конкуренцию, обеспечивая масштабируемость услуг на базе онлайн-платформ и развитие сервисов, вытесняющих традиционные бизнес-модели [6].

Аналитики «Accenture» прогнозируют до 2020 г. положительную динамику использования цифровых технологий ТОП-10 ведущих мировых экономик до 1.36 трлн долларов США, или 2.3% валового внутреннего продукта в общем объеме. ВВП развивающихся стран увеличится на 3.4% благодаря цифровизации экономики, а для развитых стран вклад цифровой экономики даст прирост валового внутреннего продукта в среднем на 1.8% [5].

**4. Рост доступности и умения населения работать в интернете.**

Количество глобальных пользователей интернета с января 2015 г. по январь 2020 г. увеличилось на 1.53 млрд чел. – с 3.01 до 4.54 млрд чел. Уровень проникновения интернета в мире за этот период вырос с 42.0 до 59.0% [7].

В 2018 г. глобальный доступ к интернету в домашних хозяйствах по странам варьировался от 49.0% в общем количестве домохозяйств (Бразилия) до 99.0% (Республика Корея и Исландия). В России доля таких домохозяйств составила 77.0% [8, с. 121]. Для заказа товаров и услуг по интернету в этот период пользовалось от 20% населения (Румыния) до 84% населения (Дания), количество пользователей в России – 35.0% [8, с. 139]. В таблице представлен удельный вес россиян, использовавших интернет для заказа различных видов товаров и услуг.

Другими словами, услуги, связанные с организацией путешествий, в 2018 г. заказывало 18.5% пользователей интернета. Возможно, сейчас такой объем пользователей представляется незначительным, но он постоянно растет.

Цифровизация меняет стиль жизни и образ мышления людей, формирует новые способы работы и принятия решений, заставляя трансформироваться отрасли, методы ведения бизнеса и предоставления услуг во всех сферах, в т.ч. и в туризме. Важным при этом является понимание объективно складывающихся тенденций для учета при стратегическом планировании, выборе приоритетов развития отрасли, а также инструментов, которые необходимо будет использовать для достижения поставленных целей.

Использование интернета населением для заказа товаров и услуг по видам в 2018 г.  
(в % от численности населения в возрасте 15 – 74 лет, заказывавшего товары и услуги онлайн) [8, с. 140]

№ п/п	Вид товаров или услуг	Доля населения, %
1	Одежда, обувь, спорттовары	55.6
2	Финансовые услуги	4.2
3	Предметы домашнего обихода	27.1
4	Телекоммуникационные услуги	24.5
5	Билеты на развлекательные мероприятия	20.4
6	Услуги, связанные с организацией путешествий	18.5
7	Электронное оборудование	16.8
8	Медицинские товары	12.7
9	Компьютерное оборудование	12.1
10	Продукты питания и бакалейные товары	11.9
11	Книги, журналы, газеты (в т. ч. электронные)	11.2
12	Фильмы, музыка	10.5
13	Товары для творчества и хобби	8.9
14	Видеоигры и их обновления	8.0
15	Программное обеспечение (в т. ч. обновления)	5.4

В рамках Восточного экономического форума 2019 г. были выделены следующие основные тренды цифровой трансформации туристической индустрии:

– **цифровые платформы** (система алгоритмизированных взаимоотношений значимого количества участников рынка, объединенных единой информационной средой, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения пакета цифровых технологий и изменения системы разделения труда), предоставляющие потребителям информационный доступ практически по всему миру, а туристическим компаниям – возможности для внедрения лучших мировых практик, расширения масштабов рынка и привлечения большого количества клиентов. Использование данной технологии позволяет исключить посредников и сэкономить на маркетинговых расходах, расходах на связь, способствует транснационализации хозяйственных операций, укрепляет их субъектов и тем самым дает новый стимул развитию у них цифровых технологий [9].

– **sharing economy**, меняющая роли между поставщиками и потребителями туристических услуг, благодаря которой получают развитие такие глобальные туристические сервисы, как Airbnb – сервис аренды жилья, работающий на принципах sharing economy и повышающий доступность средств размещения для потребителей с ограниченным бюджетом, или Uber,

предоставляющий транспортные услуги уже в более чем 900 городах по всему миру;

– **революция впечатлений** как ключевой элемент экономики впечатлений, отражение происходящего процесса миграции ценностей из материальной сферы в нематериальную, активизировавшая формирование индивидуально-туристского опыта (онлайн-отзывы и генерируемый туристами контент) – основы мотивации туристических поездок, потребности в приобретении определенного турпродукта. Данный тренд стал особенно популярным во время пандемии, способствовавшей генерации некоторыми туристическими сервисами онлайн-впечатлений – занятий для небольших групп от увлеченных организаторов;

– **технологические гаджеты** (мобильные устройства, чат-боты, виртуальная и дополненная реальность (VR/AR)), как агрегаторы туристических предложений значительно облегчающие сравнение цен, условий, а также оценок услуг другими потребителями. Особо следует отметить рост применения технологий виртуальной и дополненной реальности для демонстрации туристических мест, объектов туристской аттракции и пр., обеспечивающих эффект полного погружения, что предоставляет широкие возможности для демонстрации объектов туристской аттракции и делает эти технологии мощным маркетинговым инструментом.

Цифровая трансформация в туризме осуществляется на всех уровнях управления – от глобального до субъектов предпринимательства. Компании, работающие в туристской сфере, учитывают складывающиеся цифровые тренды. Однако наиболее эффективная цифровая трансформация туризма, как и любой другой отрасли, возможна в рамках интегрированных цифровых инициатив.

В июле 2019 г. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) и Всемирный экономический форум (WEF) подписали соглашение о сотрудничестве, в планах которого – регулярный обмен информацией и совместное развитие системы цифровой идентификации путешественников. Прототип такой системы (Known Traveller Digital Identity (KTDI), основывающейся на технологиях блокчейн и биометрии, позволяющей полностью избавиться от бумажных документов во время путешествия и ускорить процесс пересечения границы, уже есть у WEF. В 2018 г. представители организации «Всемирный Экономический Форум» вместе с правительствами Нидерландов и Канады приняли решение о ее тестировании в течение 2019 г. с последующим распространением опыта на аэропорты и авиакомпании других стран. Со своей стороны, WTTC запустил программу Seamless Traveller Journey (STJ) по исследованию эффективности подобных инициатив, которых в мире насчитывается более 50-ти.

В азиатских странах правительства также активно участвуют в развитии цифровых технологий. В Индонезии запущена сеть бронирования средств размещения различного класса «Indonesia Travel Exchange» (ITX) – открытая площадка для предприятий туристической индустрии в Индонезии (в числе участников которой – продавцы, покупатели, поставщики систем бронирования, поставщики контента, а также туристических услуг), насчитывающая более 2000 домовладений и составляющая серьезную конкуренцию международному туристскому сервису Airbnb.

Что касается субъектов туристической индустрии, то компания Radisson Hotel Group – один из крупнейших в мире отельных операторов запустила в конце июля 2019 г. на сайте RadissonHotels.com мультибрендовую платформу (онлайн-площадку), которая объединила все монобрендовые сайты компании (Radisson Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson RED, Park Inn by Radisson, и Country Inn &

Suites от Radisson, а также бренды art'otel и Park Plaza под управлением стратегического партнера компании – PPHE Hotel Group) в единую удобную площадку, предоставляющую гостям и постоянным клиентам компании доступ более чем к 1 100 отелям сети по всему миру и позволяющую забронировать проживание за несколько секунд.

Понимание глобальных тенденций, направлений развития рынка, формирующихся моделей потребительского поведения позволяет компаниям туристической индустрии, если не «играть на опережение», то скорректировать свою деятельность с их учетом. Это касается как существующих бизнесов, так и стартапов.

В мире действуют десятки технологических стартапов, внедряющих креативные идеи в сфере туризма. Так, камбоджийская платформа «CamboTicket» позволяет забронировать по электронной почте место на различных видах транспорта (паромах, в автобусах, в частных службах такси) одновременно в нескольких странах Юго-Восточной Азии – Лаосе, Таиланде, Камбодже, Вьетнаме. Тайский стартап «Local Alike» продвигает новую концепцию локального туризма: в рамках онлайн-платформы компания планирует объединять и консультировать местных жителей по всему миру, которые обеспечивают оказание услуг туристам [5].

Компания Amadeus в 2019 г. определила 18 стартапов-участников совместной экосистемы Amadeus Startup Universe – молодых компаний, работающих на стыке цифровых технологий и туризма, которые должны повлиять на качество туристических сервисов. В числе этих компаний: 30K, помогающая поставщикам туристических услуг, таким как онлайн-турагентства и системы метапоиска, предоставлять пользователям точную информацию о количестве бонусных миль, которые они могут получить за каждый рейс и тариф; Avuxi, предлагающая всемирную систему оценки локаций, которая позволяет оценить популярность любого места на планете; Betterez, предоставляющая автобусным и железнодорожным перевозчикам глобальную платформу для покупки и продажи билетов; Civic – децентрализованная платформа для идентификации личности на основе технологии распределенного реестра, оснащенная различными инструментами для установления личности в реальном времени и объединяет пользователей, инициаторов запросов и экспертов по валидации по всему миру; Fluo – мо-

бильное B2B- и B2C-приложение, которое позволяет приобретать необходимые страховые продукты с учетом запросов пользователей и уже имеющегося страхового покрытия по разным договорам страхования и др.

В России в числе известных туристских стартапов можно назвать Локали – новый travel startup на международном рынке, маркетплейс уникальных и индивидуальных прогулок с верифицированными местными жителями по всему миру. Концепция Локали развивает формат «social travel» – увидеть город глазами местного жителя, погрузиться в него через призму общения с Локали. Платформа была запущена в марте 2018 г. и на текущий момент объединяет более 700 местных жителей в более чем 250 городах мира. В фокусе сервиса – именно местный житель, который встретит путешественника в городе, поможет составить индивидуальный маршрут, т.к. персонализация сейчас в значительной мере набирает популярность, проведет интересную прогулку по секретным местам и расскажет свою историю.

Стартап компании Imtovi, специализирующейся на рынке туруслуг, применяет performance-подходы к контентному маркетингу. Компания оказывает услуги по привлечению клиентов через контент с использованием созданной им персонализированной native programmatic платформы, развивает собственный медийный туристический портал imtovi.ru – точку притяжения для любителей путешествий.

Стартап Youtravel.me – онлайн-платформа по поиску и бронированию авторских многодневных путешествий и победитель конкурса «Перспективный тревел-стартап» конференции TRAVELHUB-2019, с помощью которой можно быстро подобрать для себя путешествие в удобные даты и с подходящей компанией. Для организаторов туров Youtravel.me обеспечивает дополнительный поток клиентов, предоставляя маркетинговую площадку для размещения путешествий и увеличения потока продаж.

Авторские туры – это перспективный формат отдыха, организованный частным независимым тревел-экспертом, который включает создание программы посещения самых колоритных мест на планете, знакомства с местной культурой. Крупнейшие бренды, вроде Expedia, Airbnb и Trip Advisor, развивают эту нишу и запускают бренды онлайн-путешествий.

В целях поддержки стартапов и внутреннего туризма в России, Е. Касперский запустил туристический стартап-акселератор «Kaspersky Exploring Russia», информационным партнером которого стал Ростуризм. Заявки на участие распределяются по четырем направлениям:

- технологические проекты (стартапы) в области Travel Tech;
- проекты, которые делают приключенческий и экстремальный туризм доступнее, а также популяризируют и создают под него инфраструктуру в России (Infrastructure Track);
- бизнес-проекты, несущие социальную значимость в области путешествий и туризма (Social Tech);
- бизнес-проекты, оказывающие положительное воздействие на устойчивое развитие (Sustainability).

Усилия, предпринимаемые на уровне компаний, безусловно, являются основой происходящей цифровизации. Однако эти усилия должны быть подкреплены в системе государственного управления и правового регулирования. В условиях формирования цифровой экономики управление отраслью туризма требует переосмысления подходов, формализуемых на уровне стратегических документов различного горизонта планирования.

Улучшение позиций России в мировом рейтинге конкурентоспособности стран в сфере путешествий и туризма, занявшей в 2019 г. 39-е место среди 140 стран мира [3], во многом зависит от реализации принятой в 2019 г. «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (далее – Стратегия), отражающей ключевую роль развития цифровых технологий в сфере туризма и в качестве одной из важных задач для развития внутреннего и въездного туризма отмечает создание условий для формирования туристской экосистемы, объединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе для формирования лучшего клиентского опыта, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами. Развитие цифровых технологий в России планируется осуществлять по следующим основным направлениям:

- перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму;
- обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме;

– интеграция государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации. Использование цифровых решений для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма [10].

Цифровизация в рамках реализации вышеуказанных направлений требует значительных изменений в законодательстве в сфере туризма, необходимости введения единых цифровых стандартов и документооборота, соответствующего условиям цифровой революции.

Важным шагом в направлении цифровизации туризма стало принятие в мае 2020 г. Государственной думой в первом чтении проекта федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», предполагающего введение единого федерального реестра турагентов, а также изменения в части функционирования единой информационной системы электронных путевок, направленные на совершенствование действующего законодательства в сфере туризма и обеспечения эффективного функционирования механизмов экономической ответственности туроператоров перед потребителями туристских услуг.

Создание «Единого федерального реестра турагентов» (далее – Реестр), как подсистемы информационной системы «Единый федеральный реестр туроператоров», позволит туристу получать достоверную информацию о праве турагента на продажу путевок конкретного туроператора. Турагент получает право продвижения и реализации туристского продукта лишь со дня размещения сведений о нем в Реестре на официальном сайте уполномоченного федерального органа исполнительной власти в сети «Интернет». Функции по ведению Реестра планируется отнести к полномочиям Минэкономразвития России.

Законопроект по внесению изменений в функционирование единой информационной системы электронных путевок (далее – Система) направлен на повышение защиты интересов потребителей туруслуг и рост качества предоставляемых услуг. Так, законопроектом предлагается: обязать туроператоров и турагентов формировать электронную путевку с размещением сведений о ней в Системе, ввести взимание платы с туроператора за размещение электронной путевки в Системе, дополнить основания для исклю-

чения сведений о туроператоре из «Единого федерального реестра туроператоров» при реализации им турпродукта без формирования электронной путевки, а также предусмотреть административную ответственность за реализацию туристского продукта без формирования электронной путевки и размещения сведений о ней в системе. Оператором Системы определено АО «Национальные туристические технологии» [11].

Реализация указанных инициатив, а также внедрение других цифровых решений, таких как организация качественного оцифрованного и доступного контента о стране с вовлечением туристов для получения обратной связи, оформление электронной визы и другое создаст существенные предпосылки для ускоренного развития индустрии туризма, в т.ч. для повышения качества турпродукта, его эффективного продвижения и привлечения туристов на территории активного применения цифровых технологий, что, в конечном итоге, будет способствовать росту конкурентных преимуществ страны и ее регионов, получению значимых социально-экономических результатов.

*Данное исследование выполнено в рамках Государственного задания ИСЭИ УФИЦ РАН № 075-01211-20-01 на 2020 г. и на плановый период 2021 и 2022 гг.*

#### Литература

1. Кириллова С.А. Туризм как стратегический приоритет города-миллионника // Известия Уфимского научного центра РАН. 2019. № 3. С. 101–113.
2. Кноема. Мировой Атлас Данных. URL: <https://knoema.ru/WTTC2019/world-travel-and-tourism-council-data> (дата обращения 3.06.2020).
3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point // World Economic Forum. Geneva, 2019. 112 с. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (дата обращения 23.05.2020).
4. The Deloitte Global Millennial Survey 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html> (дата обращения 29.05.2020).
5. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 3. С. 34–47.
6. Всемирный банк. 2016 год. Доклад о мировом развитии-2016 «Цифровые дивиденды»: Обзор. Всемирный банк, Вашингтон, округ Колумбия. 58 с. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/224721467988878739/pdf/102724-WDR-WDR2016>

Overview-RUSSIAN-WebRes-Box-394840B-OUO-9.pdf (дата обращения 14.05.2020).

7. Global Digital Overview In 2015, Digital In 2020. We Are Social Ltd. и Hootsuite. Нью-Йорк. URL: <https://wearesocial.com> (дата обращения 5.06.2020).

8. Индикаторы цифровой экономики-2019: Статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. М.: НИУ ВШЭ, 2019. 248 с.

9. Абдикеев Н.М., Морева Е.Л. Основные тренды развития методов и моделей использования цифровых технологий при создании цепочек воспроизводства добавленной стоимости // Мир новой экономики. 2019. № 13(30). С. 71–80.

10. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. №2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

11. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1660-р от 26.07.2019 г. «Об осуществлении АО «Национальные туристические технологии» функций по эксплуатации единой информационной системы электронных путевок».

#### References

1. Kirillova S.A. Tourism as the strategic priority in the development of a million-people city. *Izvestiya Ufinskogo nauchnogo tsentra RAN*, 2019, no. 3, pp. 101–113.

2. Knoema – World Data Atlas. Available at: <https://knoema.ru/WTTC2019/world-travel-and-tourism-council-data> (accessed June 3, 2020).

3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. World Economic Forum. Geneva, 2019. 112 с. Available at: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (accessed May 23, 2020).

4. The Deloitte Global Millennial Survey 2019. Available at: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html> (accessed May 29, 2020).

5. Bogomazova I.V., Anoprieva E.V., Klimova T.B. Digital economy in tourism and hospitality industry: Trends and prospects. *Servis v Rossii iI za 2019*, vol. 13, issue 3, pp. 34–47.

6. World Bank's World Development Report 2016: Digital Dividends. Review. World Bank, Washington, Columbia. 58 p. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/224721467988878739/pdf/102724-WDR-WDR2016> Overview-RUSSIAN-WebRes-Box-394840B-OUO-9.pdf (accessed May 14, 2020).

7. Global Digital Overview 2015, Digital 2020. We Are Social Ltd. & Hootsuite. New York. Available at: <https://wearesocial.com> (accessed June 5, 2020).

8. Abdrakhmanova G.I., Vishnevsky K.O., Gokhberg L.M., Demyanova A.V., Kevesh M.A., Kovaleva G.G., Rjtsemir M.N., Kuznetsova I.A., Lolla I.S., Milshina Yu.V., Ostaprovich G.V., Ratay T.V., Ryzhikova Z.A., Streltsova E.A., Suslov A.B., Tokareva M.S., Fridlyanova S.Yu., Fursov K.S. Digital economy indices: 2019. Statistical compendium. *Natsionalny issledovatel'skiy institut "Vysshaya shkola ekonomiki"*. Moscow, NIU VShE, 2019. 248 p.

9. Abdikeev M.N., Moreva E.L. Main trends in the development of methods and models for applying digital technologies to create value-added reproduction chains. *Mir novoy ekonomiki*, 2019, no. 13 (30), pp. 71–80.

10. Order of the Government of Russia of September 20, 2019, No. 2129-r, "On Approving the Tourism Development Strategy in the Russian Federation to 2035".

11. Order of the Government of Russia of July 26, 2019, No. 1660-r "On Performing Functions to Maintain the Unified Information System of Electronic Travel Documents by Joint Company "National Tourism Technologies".

---

## THE TOURISM DIGITAL TRANSFORMATION: TRENDS, OBJECTIVES, SOLUTION METHODS

© S.A. Kirillova

Institute of Social and Economic Researches – Subdivision of the Ufa Federal Research Center  
of the Russian Academy of Sciences,  
71, prospekt Oktyabrya, 450054, Ufa, Russian Federation

The paper substantiates the relevance for development of digital technologies in the tourism industry, especially at the post-pandemic stage, and identifies main global trends in digitalization of this sector. It also describes the work experience of tourism organizations in Russia and abroad on the development and application of digital technologies. Consideration is given to the importance of entrenching digital technologies in the context of integrated digital initiatives and also the priority of government initiatives to promote and develop digital processes in the tourism industry. The conclusion is made about the need to create such institutional and infrastructural conditions in Russia that will be adequate to the objective of more rapid digitalization in the tourism industry with an account for new trends formed in digital transformation of the tourism industry in strategic documents at different planning horizons.

Key words: tourism digital transformation, trends in tourism development, tourism startups, strategy for tourism development, unified register of tourist agents, unified information system of electronic travel documents.