

Научная статья

Original article

УДК 338.32

doi: 10.55186/2413046X_2024_9_10_417

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
ПРИ СОВМЕСТНОМ ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА
USING THE POTENTIAL OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN
THE JOINT PROMOTION OF A TOURIST PRODUCT**



Захарова Елена Николаевна, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, Адыгейский государственный университет, Майкоп, E-mail: zahar-e@yandex.ru.

Шалатов Василий Владимирович, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой менеджмента, Адыгейский государственный университет, Майкоп, E-mail: shv_79@mail.ru.

Ордынская Марина Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов, Адыгейский государственный университет, Майкоп, E-mail: marina26577@rambler.ru.

Zakharova Elena Nikolaevna, Doctor of Economics, Professor of the Department of Management, Adygea State University, Maykop, E-mail: zahar-e@yandex.ru.

Shalатов Vasily Vladimirovich, PhD in Economics, Head of the Department of Management, Adygea State University, Maykop, E-mail: shv_79@mail.ru.

Ordynskaya Marina Evgenievna, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Finance, Adygea State University, Maykop, E-mail: marina26577@rambler.ru.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы использования потенциала современных информационных технологий, в частности, цифровых

платформ, в целях обеспечения эффективности совместного продвижения региональных туристских продуктов. Эти платформы обычно имеют удобный интерфейс, облегчающий поиск наиболее подходящего конкретному потребителю туристского продукта, а также онлайн-бронирование мест в средствах размещения, и даже зачастую обмен потребителями туристских услуг. При этом эффективность функционирования цифровой платформы во многом зависит от ее способности создавать и поддерживать сетевой эффект. Представлен инструментарий формирования межрегиональной цифровой платформы и обоснована целесообразность реализации двухуровневого подхода к формированию такой платформы, а также алгоритм взаимодействия сторон в рамках данной модели.

Abstract. The article discusses the issues of using the potential of modern information technologies, in particular, digital platforms, in order to ensure efficiency joint promotion of regional tourism products. These platforms usually have a user-friendly interface that facilitates the search for the most suitable tourist product for a particular consumer, as well as online booking of places in accommodation facilities, and even often the exchange of consumers of tourist services. At the same time, the effectiveness of the digital platform depends largely on its ability to create and maintain a network effect. The toolkit for the formation of an interregional digital platform is presented and the expediency of implementing a two-level approach to the formation of such a platform is substantiated, as well as the algorithm of interaction between the parties within the framework of this model.

Ключевые слова: совместное продвижение региональных туристских продуктов, информационные технологии, межрегиональная цифровая платформа

Keywords: joint promotion of regional tourism products, information technology, interregional digital platform

Введение. Совместное продвижение региональных туристских продуктов является привлекательной стратегией повышения их конкурентоспособности, основанной на предоставлении общего ценностного предложения при сохранении уникальных характеристик туристского продукта каждого региона. Так, например, такой подход достаточно перспективен и рационален для регионов Северо-Кавказского федерального округа и Адыгеи, которые объединяет достаточно схожее позиционирование на туристских рынках, основанное на кавказских традициях и природной красоте при том, что каждому из них присущ комплекс уникальных особенностей.

Объединение ресурсов для совместного продвижения туристского продукта дает множество преимуществ, в том числе возможность использовать культурное и природное наследие всей совокупности регионов для привлечения более широкой целевой аудитории. Такой унифицированный подход повышает узнаваемость туристских дестинаций, позволяя им более эффективно конкурировать с другими высококонкурентными туристскими направлениями.

Совместная деятельность также позволяет снизить затраты на маркетинговые мероприятия и предлагать межрегиональные пакеты услуг, демонстрирующие достопримечательности всего региона.

Основная часть

Обеспечение эффективности совместного продвижения туристского продукта в современных условиях имманентно предполагает использование потенциала современных информационных технологий, одним из направлений практического применения которых в туристской сфере является такое инструментальное средство как цифровые платформы.

Цифровая платформа — это интегрированная система, предоставляющая пользователям набор электронных инструментов и сервисов, необходимых для выполнения конкретных задач и взаимодействия друг с другом. Она

служит основой для построения коммуникационных и бизнес-процессов, обеспечивая взаимодействие различных субъектов, участвующих в них.

Принципиально важным является то, что подобная платформа обеспечивает персонализированный доступ к информации и услугам, а также возможность адаптации к меняющимся потребностям пользователей.

Основные компоненты, определяющие содержание изменения модели экономического взаимодействия заинтересованных сторон на основе использования возможностей цифровой платформы, представлены на рисунке 1.

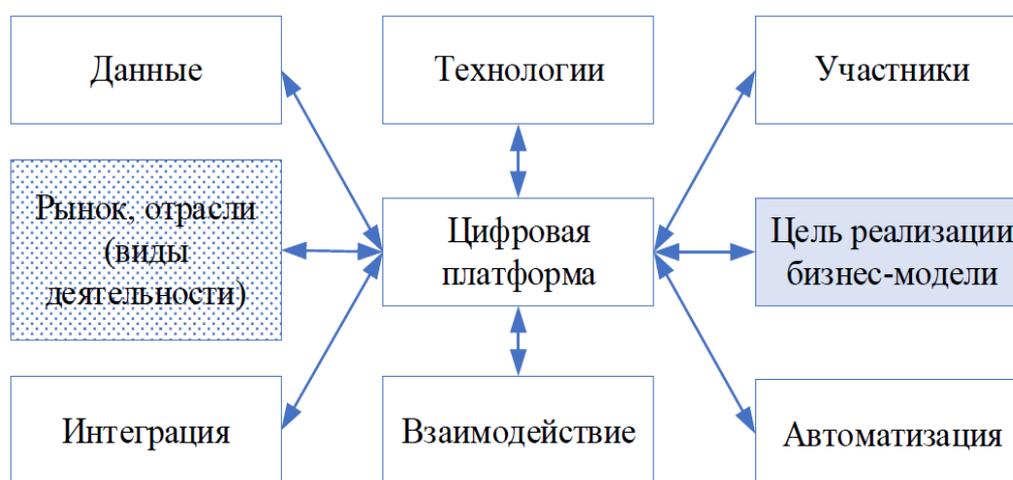


Рисунок 1 – Компоненты, определяющие содержание платформенного подхода

Применительно к организации деятельности туристской индустрии, рассматриваемый инструмент представляет собой цифровую форму организации взаимодействия участников процесса туристской деятельности, реализуемую с целью минимизации сопровождающих данный процесс издержек на основе достижения сетевого эффекта и обеспечения умелого управления им. Использование потенциала цифровой платформы помогает наилучшим образом обеспечить обмен между сторонами этого взаимодействия [6].

В последние годы использование цифровых платформ для продвижения туристского продукта регионов или отдельных дестинаций становится все более распространенным в мировой практике. Они обеспечивают широкий охват целевой аудитории, позволяя территориям напрямую взаимодействовать с ней. Эти платформы обычно имеют удобный интерфейс, облегчающий поиск наиболее подходящего конкретному потребителю туристского продукта, онлайн-бронирование мест в средствах размещения, а также зачастую и обмен потребителей туристских услуг своими впечатлениями. [9].

Одним из примеров подобных платформ является TripAdvisor, которая позволяет пользователям искать туры и различные объекты туристской инфраструктуры по различным направлениям в глобальном масштабе. Отдельные регионы могут создавать собственные профили и оптимизировать свое туристское предложение в рамках данной платформы. Платформа также предоставляет пользователям возможность делиться своим опытом путешествий, способствуя продвижению туристских продуктов.

AirbnbExperiences – еще одна цифровая платформа, которая позволяет регионам демонстрировать свои уникальные туристские предложения. С помощью этой платформы производители туристского продукта могут продвигать его в глобальном масштабе, а широкая база пользователей обеспечивает доступ к потенциальным посетителям, ищущим аутентичные предложения в различных точках земного шара.

В свою очередь, платформа Visit.org ориентирована на устойчивый туризм. Она позволяет регионам продвигать ответственную туристскую деятельность и опыт, которые способствуют развитию местных сообществ. Visit.org связывает путешественников напрямую с местными некоммерческими организациями, социальными предприятиями и общественными организациями, предлагая посетителям уникальные

возможности для знакомства с местной культурой и поддержки местных инициатив.

Функциональность этих платформ во многом обеспечивается наличием доступного и удобного в использовании цифрового интерфейса, который позволяет получать актуальную информацию. Регионы обычно начинают свое представительство на онлайн-платформах с создания профилей, которые предоставляют информацию о достопримечательностях, средствах размещения и событийных мероприятиях, чтобы привлечь потенциальных посетителей. При этом на туристских платформах пользователи могут взаимодействовать с представителями туристской отрасли региона.

Целесообразность использования цифровых платформ для межрегионального продвижения туристских продуктов представляется достаточно многогранной.

Во-первых, эти платформы обеспечивают широкий охват пользователей, позволяя регионам получить доступ к глобальной аудитории. Такая экспозиция помогает повысить осведомленность и привлечь путешественников, которые могут быть заинтересованы в посещении нескольких регионов в рамках одной поездки.

Во-вторых, цифровые платформы предоставляют регионам возможность напрямую взаимодействовать с потенциальными посетителями и укреплять чувство общности. Они могут взаимодействовать сразу с несколькими пунктами назначения, создавая персонализированный опыт и получая возможность получить комплексный и многогранный туристский продукт.

Кроме того, цифровые платформы позволяют регионам анализировать данные и получать информацию о предпочтениях и моделях поведения потенциальных гостей. Эта информация позволяет регионам адаптировать свои маркетинговые стратегии, понимать ожидания посетителей и оптимизировать свои туристские продукты. Используя информацию, основанную на данных, регионы могут улучшить продвижение совместных

продуктов, получая достаточно высокую гарантию того, что их усилия будут целенаправленными и эффективными.

Эффективность функционирования цифровой платформы во многом зависит от ее способности создавать и поддерживать сетевой эффект, который выражается в том, что ценность платформы для каждого пользователя растет по мере увеличения числа других пользователей. Это позволяет упростить взаимодействие между участниками, снизить транзакционные издержки и ускорить достижение общих целей [1].

Следует при этом выделить пять ключевых факторов (5 P) обеспечения эффективного развития цифровых платформ, с помощью которых эти технологии будут способствовать формированию эффективного взаимодействия их участников:

- предложение (proposition), подразумевающее формирование в рамках платформ комплекса различных сервисов, расширяющих возможности платформенного взаимодействия;
- персонализация (personalization), ориентирующая на обеспечение целенаправленного взаимодействия участников, использование сегментированной информации о пациентах и т.п.;
- цена (price), предполагающая использование новых моделей ценообразования на медицинские услуги, предоставляемые с помощью использования возможностей цифровой платформы;
- защита (protection), ориентированная на превентивное сохранение данных, используемых участниками платформенного взаимодействия в процессе обеспечения их эффективной деятельности;
- партнерские отношения (partnership) как условие постоянного совершенствования деятельности платформы и условий взаимодействия ее участников.

В целях оптимизации бизнес-процессов в туристической сфере применяется достаточно большой спектр специализированных инструментов

Big Data, например, Airflow, Delta Lake, Kafka, Storm и т.д. Они обеспечивают сбор, хранение, обработку и анализ больших объемов данных, что позволяет повысить эффективность работы различных онлайн-сервисов и принимать более взвешенные управленческие решения[8].

Интеграция совокупности подобных сервисов в электронное пространство позволит улучшить лояльность потребителей, а также существенно повысить эффективность продвижения туристского продукта. Специализированный интернет-портал обеспечит предложение комплексного турпродукта, предоставляя пользователям возможность бронирования трансфера, размещения, питания и формирования индивидуальной программы досуговых мероприятий сразу в нескольких регионах.

Создание успешной цифровой платформы требует реализации комплексного подхода, подразумевающего не только разработку технической инфраструктуры, но и создание правовой и организационной основы для ее функционирования. Особое внимание при этом необходимо уделить вопросам интеграции платформы с существующими государственными информационными системами и обеспечения ее совместимости с международными стандартами.

Для эффективного позиционирования межрегионального туристского продукта необходимо сосредоточиться на объединении усилий регионов по его комплексному продвижению, формированию дружественного интерфейса системы онлайн-продаж и обеспечении информационной поддержки туристов.

Реализация подобной задачи предполагает необходимость задействования широкого спектра инструментальных средств, ключевые из которых представлены на рисунке 2.

На данной основе формируется интеграционная система межрегионального туристского пространства, основными характерными признаками которой выступают цикличность и многоканальность, что, с

одной стороны, позволяет в наиболее полной степени удовлетворить запросы потребителей, а с другой, – обеспечить координацию действий ключевых участников рынка туристских услуг.

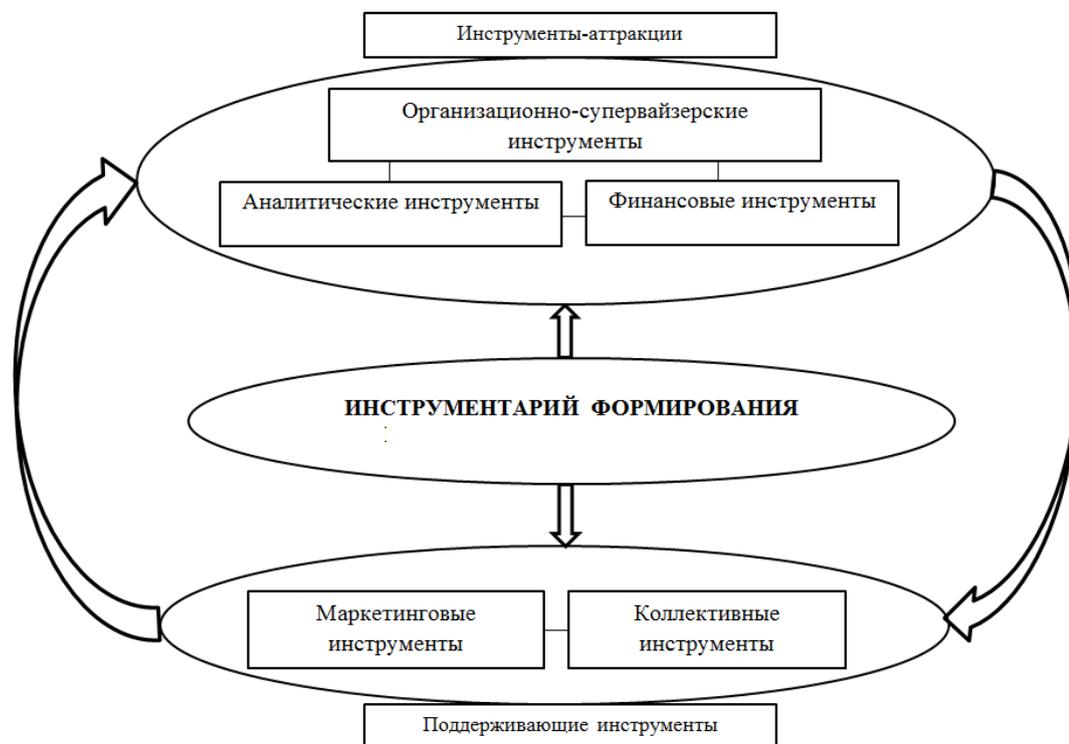


Рисунок 2 – Инструментарий формирования межрегиональной цифровой платформы

Концептуальный механизм формирования межрегиональной цифровой платформы, ориентированной на совместное продвижение туристского продукта, может быть представлен следующим образом (рисунок 3).

При этом представляется целесообразной реализация двухуровневого подхода к формированию межрегиональной туристской платформы.

Нижний уровень данной платформы формируется информационными системами организаций туристской сферы, функционирующих в восьми регионах. В его рамках происходит интеграция информации об их деятельности и, в целом, функционировании туристской сферы. Централизованное хранение обработанных данных позволяет обеспечить эффективное взаимодействие между различными системами, включая

Московский экономический журнал. № 10. 2024

Moscow economic journal. № 10. 2024

системы поддержки принятия решений, что способствует повышению качества управленческой деятельности в туристской сфере.



Рис.3 – Организационный механизм формирования межрегиональной туристской платформы [7]

В свою очередь, на верхнем уровне платформы формируется открытое для пользователей пространство взаимодействия поставщиков и потребителей туристских услуг. При этом свободный доступ к информации, имеющей отношение к деятельности конкретных медицинских учреждений и расположенной на нижнем уровне цифровой платформы, с помощью использования специальных фильтров может ограничиваться для сторонних пользователей. Информационные ресурсы, расположенные на верхнем уровне, должны быть открыты для всех участников платформенного взаимодействия, что обеспечивает возможность интегрировать их с информацией из хранилища данных медицинской организации.

На основе реализации подобного технологического подхода обеспечивается принципиально новое качество взаимодействия поставщиков и потребителей туристского продукта.

Фокусируясь на межрегиональном пространстве, цифровая платформа позволяет расширить спектр туристских услуг и представить их потенциальным потребителям уникальные предложения сразу нескольких регионов, подчеркивая их специфические особенности и конкурентные преимущества. Это позволяет повысить узнаваемость каждого из регионов, расширить целевую аудиторию и увеличить совокупный туристский поток.

Алгоритм взаимодействия сторон в рамках данной модели, прежде всего, ориентированной на потребителя, в самом общем приближении выглядит следующим образом:

1. Формулирование запроса в отношении общих аспектов желаемого туристского продукта.
2. Уточнение параметров запроса при помощи цифрового инструментария [10].
3. Обеспечение процесса взаимодействия продуцентов туристских услуг из разных регионов с их потенциальным онлайн-потребителем, не исключая использование и традиционных технологических решений.

4. Удовлетворение запроса потребителя на основе использования наиболее результативных способов обеспечения онлайн-взаимодействия.

Реализация данного алгоритма должна способствовать оптимизации коммуникационного взаимодействия с потребителем в процессе на всех этапах формирования и реализации туристского продукта взаимодействующих регионов. При этом координация действий участников рынка туристских услуг из различных регионов, основанная на использовании цифровых технологий, позволяет оптимизировать бизнес-процессы, улучшить качество предоставляемых услуг, снизить издержки и повысить эффективность деятельности предприятий рассматриваемого профиля, что будет способствовать устойчивому развитию туристской индустрии.

Заключение

Оптимальность предлагаемого механизма обусловлена текущими тенденциями развития сферы предоставления туристских услуг, а также общими трендами бизнес-среды. Стоит отметить, что разрабатываемая система должна отвечать всем современным требованиям, предъявляемым к деятельности участников рынка, способствовать оптимизации коммуникации на всех этапах формирования и реализации туристского продукта взаимодействующих регионов. Координация действий представителей туристской индустрии различных регионов в рамках описываемой системы обеспечивает повышение качества предоставляемых услуг, развитие новых сегментов рынка, а также рост туристского потока вследствие диверсификации предлагаемого потребителям продукта.

Список источников

1. Дмитриева Н.Е., Жулин А.Б., Плаксин С.М. Как цифровые платформы трансформируют госуправление[Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nangs.org/news/it/kak-tsifrovye-platformy-transformiruyut-gosupravlenie>.

2. Захарова Е.Н., Абесалашвили М.З. Формирование туристского кластера как направление институализации совместного продвижения туристского продукта // Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы: сборник науч. тр. по материалам XI Всерос. науч.-практ. конф. – Майкоп, 2024. – С. 116-120.
3. Захарова Е.Н., Кидакоева А.Р. Реализация адаптивного подхода к управлению региональным туристским комплексом в современных условиях // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: сборник науч. ст. 13-й Всерос. науч.-практ. конф. / отв. редактор А.А. Горохов. – Курск, 2023. – С. 136-141.
4. Захарова Е.Н., Кидакоева М.Р., Кидакоева А.Р. Системный подход как парадигма развития регионального туристического комплекса // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: сборник ст. 13-й Междунар. науч.-практ. конф. – Курск, 2023. – С. 270-273.
5. Захарова Е.Н., Тюльпарова С.М. Экотуризм как перспективная форма реализации туристского потенциала Республики Адыгея // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты: сборник науч. ст. 13-й Междунар. науч.-практ. конф. В 2-х томах. – Курск, 2023. – С. 229-233.
6. Моазед А., Джонсон Н. Платформа. Практическое применение революционной бизнес-модели, - М.: Альпина Паблицер, 2019. – С. 184.
7. Молчанова В.С. Средства электронной коммерции в развитии услуг туристской территории: дис. ... канд. экон. наук. – ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет». – 2023.
8. Сергачева В.А., Додина А.С., Кутепова Г.Н. Использование Big Data в индустрии туризма // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2019. – № 1. – С. 136.

9. Сердюков С.Д., Сердюкова Н.К. Развитие цифровых экосистем и платформ в туризме и сфере услуг // Креативная экономика. – 2023. – № 8. – С. 2895.

10. Казаков М.Ю. Цифровизация как новый вектор экономического роста: дойдет ли он до периферии аграрно-индустриального региона? // Вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды: сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Брянск: Брянский государственный инженерно-технологический университет. – 2019. – С. 195-199.

References

1. Dmitrieva N.E., Zhulin A.B., Plaksin S.M. How digital platforms transform public administration[Electronic resource]. Access mode: <https://nangs.org/news/it/kak-tsifrovye-platformy-transformiruyut-gosupravlenie> .

2. Zakharova E.N., Abesalashvili M.Z. The formation of a tourist cluster as a direction of institutionalization of joint promotion of a tourist product // Economics and management in modern conditions: problems and prospects: collection of scientific tr. based on the materials of the XI All-Russian Scientific and Practical Conference – Maykop, 2024. – pp. 116-120.

3. Zakharova E.N., Kidakoeva A.R. Implementation of an adaptive approach to the management of a regional tourist complex in modern conditions // Trends in the development of modern society: managerial, legal, economic and social aspects: collection of scientific articles of the 13th All-Russian Scientific and Practical Conference / editor-in-chief A.A. Gorokhov. – Kursk, 2023. – pp. 136-141.

4. Zakharova E.N., Kidakoeva M.R., Kidakoeva A.R. A systematic approach as a paradigm for the development of a regional tourist complex // Institutes and mechanisms of innovative development: world experience and Russian practice: collection of articles of the 13th International Scientific and Practical Conference – Kursk, 2023. – pp. 270-273.

5. Zakharova E.N., Tulparova S.M. Ecotourism as a promising form of realizing the tourism potential of the Republic of Adygea // The strategy of socio-economic development of the society: managerial, legal, and economic aspects: collection of scientific articles of the 13th International Scientific and Practical Conference. In 2 volumes. – Kursk, 2023. – pp. 229-233.
6. Moazed A., Johnson N. Platform. Practical application of the revolutionary business model, Moscow: Alpinapublisher, 2019. – p. 184.
7. Molchanova V.S. Means of electronic commerce in the development of tourist territory services: dis. ... candidate of Economic Sciences. – Sochi State University. – 2023.
8. Sergacheva V.A., Dodina A.S., Kutepova G.N. The use of Big Data in the tourism industry // Tourism industry: opportunities, priorities, problems and prospects. - 2019. – No. 1. – p. 136.
9. Serdyukov S.D., Serdyukova N.K. Development of digital ecosystems and platforms in tourism and the service sector // Creative economy. – 2023. – No. 8. – p. 2895.
10. Kazakov M.Yu. Digitalization as a new vector of economic growth: will it reach the periphery of the agro-industrial region? // Challenges of the digital economy: results and new trends: collection of articles of the II All-Russian scientific and practical conference. – Bryansk: Bryansk State University of Engineering and Technology. – 2019. – P. 195-199.

© Захарова Е.Н., Шалатов В.В., Ордынская М.Е., 2024. Московский экономический журнал, 2024, № 10.