

Формирование цифрового пространства внутреннего туризма Республики Коми

В. А. Щенявский

ИСЭ и ЭПС ФИЦ Коми НЦ УрО РАН,
г. Сыктывкар
vital@iespn.komisc.ru

Аннотация

Слабая связанность и дисперсность пространства туризма Республики Коми обусловлены дефицитом включенности субъектов в цифровое пространство, предопределенного низким качеством туристского продукта, недостаточным уровнем цифровизации территории и технологическим оснащением организаций туристской сферы. Обозначены базовые направления цифровой трансформации отрасли, связанные с наращиванием цифровой инфраструктуры, развитием региональной туристской платформы, совершенствованием региональной системы управления туризмом за счет цифровизации учета, сбора и анализа данных. Важнейшим направлением определено формирование регионального туристско-рекреационного кластера на основе подхода «умная дестинация» с использованием финансовых и программных механизмов развития туристской отрасли региона.

Ключевые слова:

туризм, Республика Коми, цифровое пространство, субъекты туризма, цифровая экосистема, дестинация

Введение

Внедрение информационно-коммуникационных технологий и цифровизация субъектов туристско-рекреационной деятельности способствуют росту конкурентоспособности туристской сферы на региональном и глобальном уровнях. Вклад индустрии туризма в мировую экономику составил около 3,3 трлн долл. США, или 3 % мирового ВВП, а доходы от международного туризма достигли 1,4 трлн долл. США, или 93 % от допандемийного уровня, достигнутого в 2019 г. [1]. По данным Statista (The Statistic Portal for Market Data), размер мирового рынка индустрии онлайн-туризма составил в 2022 г. около 475 млрд долл. и к концу 2023 г. достиг уровня в 521 млрд долл., а к 2030 г. превысит 1 трлн долл. [2].

В Российской Федерации доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в ВВП [3] в 2022 и 2023 гг. составила 2,6 %, что на 0,2 % меньше, чем в 2019 г. По расчетам РБК, по итогам 2023 г. доля агрегаторов на рынке

Digital space formation of domestic tourism in the Komi Republic

V. A. Shchenyavsky

Institute for Socio-Economic & Energy Problems of the North,
Komi Science Centre of the Ural Branch
of the Russian Academy of Sciences,
Syktyvkar
vital@iespn.komisc.ru

Abstract

The weak connexity and dispersion of the tourism space in the Komi Republic is due to the insufficient inclusion of its subjects in the digital space, predetermined by the poor quality of the tourist product, low digitalization level of the territory and poor technological equipment of organizations in the tourism sector. The basic directions of the digital transformation of the industry are outlined, related to the expansion of digital infrastructure, development of the regional tourism platform, and improvement of the regional tourism management system through the digitalization of accounting, data collection and analysis. The most important direction is the formation of regional tourism and recreation cluster based on the “smart destination” approach using financial and programmatic mechanisms for the development of the tourism industry in the region.

Keywords:

tourism, Komi Republic, digital space, subjects of tourism, digital ecosystem, destination

неорганизованного туризма России составит 49 % от всего e-travel, или 183 млрд руб., а вместе с организованным – 208 млрд руб., и с учетом зарубежных поездок граждан России его объем составляет 377 млрд руб., достигнув пика в 2019 г. почти в 581 млрд руб. и обвалившись в 2020 г. до 218 млрд руб. К 2027 г. эта сумма может вырасти до 68 % всего рынка, приблизившись к отметке в 693 млрд руб. [4].

Рост объема электронной индустрии путешествий и развитие электронных сервисов коммерции приводит к значительной трансформации пространства туризма, где субъект, создавая материальные условия деятельности [5], формирует образования различной масштабности и формы (линейные образования, узлы, сети, ареалы, районы) [6], организует их связи, обеспечивает коммуникационные сопряжения всех пространств региона [7]. Электронные сервисы усиливают обмен ресурсами между субъектами и способствуют организации территориаль-

ных региональных объединений в сфере туризма – дестинаций (кластеров), создающих туристский продукт.

Таким образом, оценка состояния цифрового пространства является актуальной задачей исследования ситуации в сфере цифровизации стран и регионов, отражающей условия трансформации туристической отрасли, формирования новых точек роста, туристских дестинаций.

Материалы и методы

Цель работы – исследование цифрового пространства туризма Республики Коми. Объектом выступают цифровые информационные ресурсы субъектов туризма с набором туристических сервисов.

Оценку цифрового пространства туризма проводили с использованием общенаучных методов исследования: контент-анализа информационных ресурсов субъектов туризма Республики Коми; систематизации статистической информации; формирования информационно-аналитической базы данных субъектов туризма региона с использованием картографического, графического и экономико-статистического методов с применением программных инструментов ArcInfo, MS Excel; дополненных методами обобщения, сравнительного и сетевого анализов.

Современное цифровое пространство туризма

В основе процессов цифровизации пространства туризма лежит концепция цифровой экосистемы, которая обеспечивает взаимодействие субъектов в единой информационно-программной среде с четко сформулированной системой правил [8–12]. Цифровая экосистема обладает технологической инфраструктурой, семантическим ядром (базой данных, набором стандартов и т. д.), обеспечивает функционирование цифровых сервисов, персонализированных приборов и устройств Интернета вещей.

Процесс цифровизации способствует коммуникации и развитию регионального цифрового пространства. Он направлен на достижение устойчивого туризма [13, 14] путем развития экосистемы умного туризма «Туризм 4.0» [15], «Умных дестинаций» (Smart Tourism Destinations) [16] и формирования региональных территориальных туристских систем.

Подход к оценке цифрового пространства туризма базируется на анализе взаимодействия субъектов туризма посредством системы электронных сервисов, формирующихся на технологической инфраструктуре компаний, создающих туристский продукт. Ведущей целью сетевого взаимодействия субъектов является усиление рыночной власти с помощью обмена ресурсами [17]. По уровню применения технологий и масштабу взаимодействия субъектов в цифровом пространстве туризма необходимо выделить: порталы (сайты) субъектов; платформы (агрегаторы), предоставляющие цифровые сервисы и продукты для различных групп субъектов туризма; и экосистемы, отображающие платформы или их совокупность на государственном или глобальном уровне. В обобщенном виде структура цифрового пространства представлена на рис. 1.

Крупнейшие цифровые экосистемы, такие как Google, Apple и целый ряд других компаний образуют цифровую среду для субъектов туризма, формирующих туристские услуги, и потребителей, создавая условия для оказания цифровых услуг и продуктов.

В Российской Федерации ведущей экосистемой в сфере оказания государственных услуг является Единая цифровая платформа «ГосТех». В концепции платформы «ГосТех» предполагается создание доменов по 10 направлениям, в том числе «Экология и природопользование» с возможностью получения госуслуг, связанных с экологическим туризмом [18]. В рамках цифровой платформы «ГосТех» обозначены намерения по созданию домена «Туризм» с информационной системой «Туризм» [19].

В настоящее время ключевыми законодательными актами, определяющими пути цифровой трансформации в сфере туризма, являются: «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [20], «Программа развития туризма в Российской Федерации» [21], а также Постановление о функционировании автоматизированной информационной системы «Электронная путевка» [22]. За Министерством экономического развития закреплены следующие автоматизированные информационные системы: «Единый федеральный реестр туроператоров», «Единый федеральный реестр турагентов», «Реестр организаций, уполномоченных на проведение аттестации инструкторов-проводников», «Реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков», «Национальные туристские маршруты» [25], ГИС «Электронная путевка». Федеральная служба по аккредитации Российской Федерации осуществляет ведение перечня классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей [26]. В рамках проектов трансформации туристской отрасли в России к 2024 г. определено достижение показателя в 100 % по доле государственных услуг и функций, оказываемых в туристской отрасли в цифровом виде, и доле федеральных мер поддержки туристической отрасли, доступных в электронном виде.



Рисунок 1. Структура цифрового пространства туризма Российской Федерации.

Figure 1. Structure of the tourism digital space in the Russian Federation.

Таким образом, государство, создавая единую цифровую экосистему, оптимизирует издержки на проведение документооборота, обеспечивает запуск цифровых решений, направленных на выполнение государственных функций в сфере туристской деятельности, гарантирует защиту прав потребителей, повышает прозрачность отрасли, способствует развитию системы анализа и управления отраслью.

Коммерческий сектор характеризуется разнообразными формами сетевого взаимодействия субъектов туризма: моноцентричным, когда на информационном ресурсе представлены продукты только одного субъекта, и платформенным, где можно получить весь набор туристских услуг и продуктов разных субъектов туризма (табл. 1).

Цифровые формы взаимодействия субъектов туризма

Digital interaction forms between tourism subjects

Форма цифрового взаимодействия субъектов туризма	Характер сетевого взаимодействия субъектов туризма	Особенности оформления цифрового туристского продукта
Моноцентричное взаимодействие субъектов (не платформенное)		
Не выраженная	Субъект не в сети Субъект контактный	Продукт не оформлен в цифровом виде Продукт не оформлен, субъект доступен
Цифровой портал	Цифровой портал: - туроператора, турагентства, - специализированного субъекта туризма; - дестинации (кластера)	Информация на сайтах субъектов: - о туристских продуктах и услугах - об услугах проживания, питания, размещения и др. - о продуктах дестинации
Платформенное взаимодействие субъектов		
Социальные сети	Продвижение услуг субъекта туризма	Оказание услуг по продаже продуктов в сфере туризма через ВКонтакте и др.
Специализированные платформы	Платформы по оказанию услуг: - размещения - транспортных - сопутствующих	Агрегаторы: - по бронированию мест проживания («Суточно.ру», «Отелло» и др.) - по продаже билетов на различные мероприятия и др. - специализированные компании по оказанию услуг перевозки и др.
Туристские платформы	- Российские платформы по продаже туристских продуктов, - Региональные агрегаторы туристских услуг	Национальный туристский портал, платформы туристских компаний с приложениями («Островок» и др.); агрегаторы субъектов туризма РФ (RUSSPASS, г. Москва)
Экосистемы туризма	- Глобальные - Мультиплатформы	Продажа турпродуктов по всему миру («Тгір» и др.), предоставление разнообразных продуктов и услуг, в том числе туризма («Яндекс» и др.)

Цифровое пространство туризма в России представлено широким спектром платформ в сфере туризма: от мировых экосистем («Тгір»), российских мультиплатформ («Яндекс»), агрегаторов («Tutu»), до специализированных платформ по предоставлению услуг размещения («Суточно.ру»), бронирования билетов («Aviasales») с большим количеством цифровых сервисов, применением ГИС систем, искусственного интеллекта, технологий больших данных и многих других цифровых сервисов.

Наиболее сложным звеном является цифровизация объектов туризма дестинаций на местном и региональном уровнях, что требует не только использования готовых

технологических решений от соответствующих крупнейших компаний в ИТ-отрасли, но и в туризме, что предполагает создание цифровой инфраструктуры на месте, формирование цифрового двойника турпродукта.

Цифровое пространство туризма в Республике Коми

По данным Росстата, вклад индустрии туризма в ВРП Республики Коми составил в 2022 г. 1,8 %, или 17,45 млрд руб., в Архангельской области – 2,9 % (20,6 млрд руб.), в Республике Карелия – 3,3 % (12,8 млрд руб.) и Мурманской области – 2,2 % (24,7 млрд руб.) [27]. Динамика показателей по регионам Европейского Севера представлена на рис. 2.

Показатель вклада туризма в ВРП отражает достаточно низкий уровень развития туризма в Республике Коми.

Таблица 1 При этом основной вклад от туристской деятельности вносит сектор гостиниц и специализированных мест размещения, а также выездной туризм. Особенность ситуации в том, что большая часть гостей проживает в средствах размещения с целью работы (вахтовики), поэтому фактический вклад внутреннего туризма еще ниже и по разным оценкам варьирует в пределах от 0,5 до 1,0 % ВРП республики.

Table

При этом основной вклад от туристской деятельности вносит сектор гостиниц и специализированных мест размещения, а также выездной туризм. Особенность ситуации в том, что большая часть гостей проживает в средствах размещения с целью работы (вахтовики), поэтому фактический вклад внутреннего туризма еще ниже и по разным оценкам варьирует в пределах от 0,5 до 1,0 % ВРП республики.

В основу методики оценки цифрового внутреннего пространства туризма положен статус субъектов туризма в формировании добавленной стоимости и характер цифрового взаимодействия, что выражается в цифровом оформлении продукта и его включенности в цифровое пространство туризма.

В ходе оценки рассматривались 324 субъекта, имеющие прямое или косвенное отношение к производству на территории Республики Коми туристских услуг или продуктов, и, соответственно, разный уровень цифрового отображения в информационно-коммуникационной сети. Из них только 82 субъекта (25 %) оказались включенными в формирование внутреннего туристического продукта или услуги (рис. 3).

В настоящее время 40 % субъектов туризма действуют вне цифрового пространства туризма региона. Это обусловлено спецификой их туристского продукта, не требующего информационного продвижения или отсутствием цифровой инфраструктуры на объектах, расположенных на периферии (турбазы) и оказывающих услуги размещения, выходного дня, охоты и рыбалки.

Одним из доступных и популярных способов вхождения на рынок является продвижение туристских услуг в социальных сетях. Этот путь использует 25 % региональных субъектов туризма, занимающихся в большинстве случаев пригородной рекреацией и отдыхом выходного дня. Цифровой портал с устойчивым спросом на свой туристский продукт используют 15 % субъектов туризма. Как

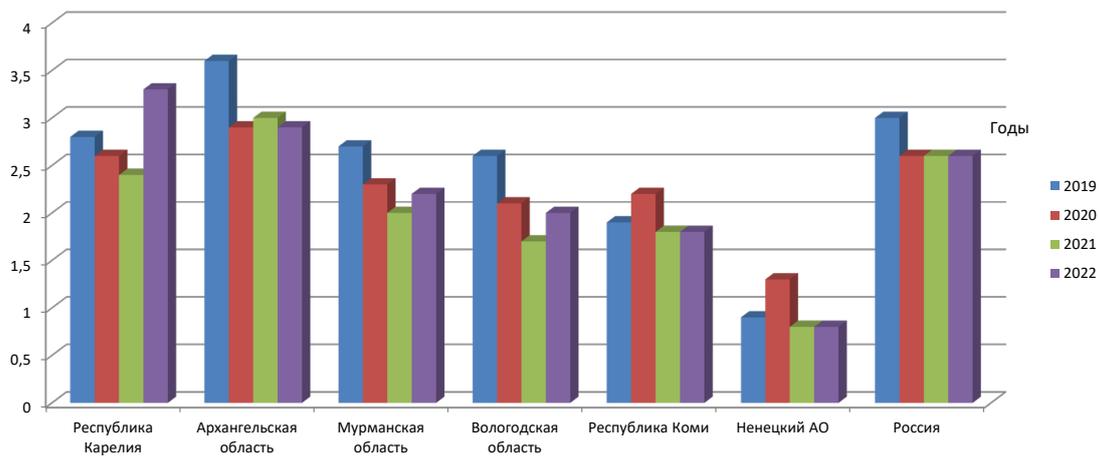


Рисунок 2. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте субъекта европейского севера России, %.
Figure 2. Share of gross added value of the tourism industry in the gross regional product of the subject of the European North of Russia, %.

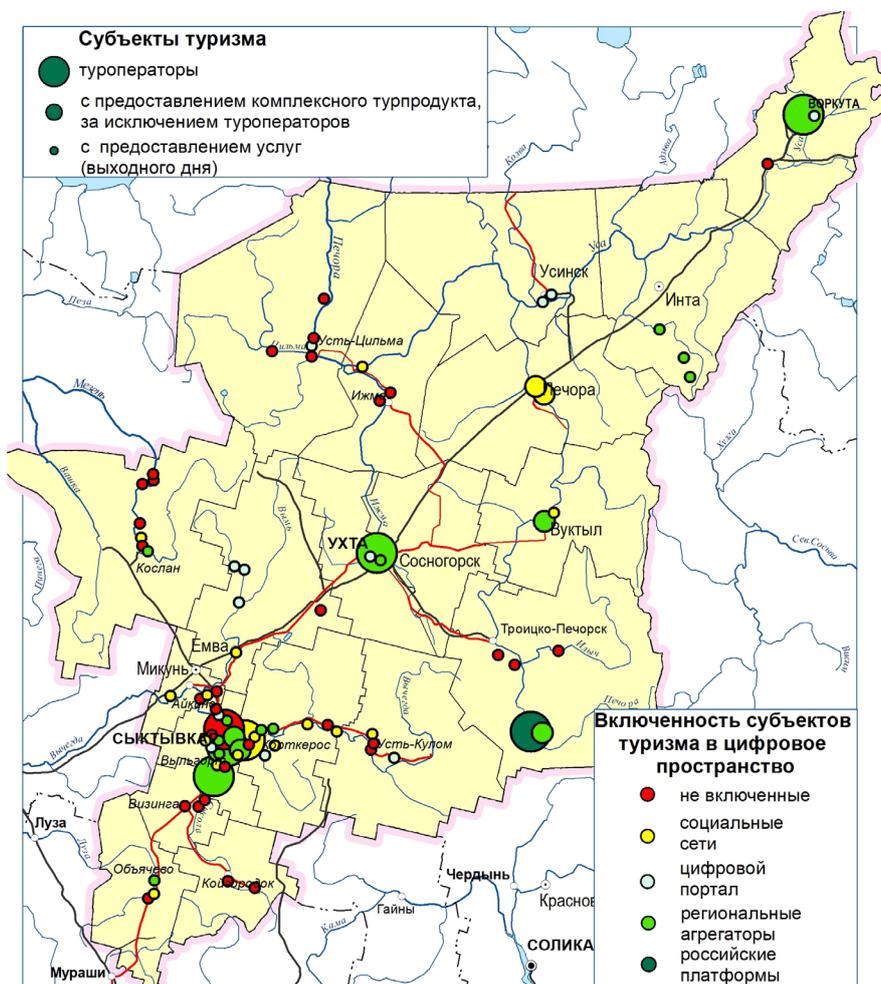


Рисунок 3. Цифровое пространство внутреннего туризма Республики Коми.
Figure 3. Digital space of domestic tourism in the Komi Republic.

правило, это местные туроператоры («Другая планета»), субъекты с узкоспециализированными услугами в сфере туризма (охота, рыбалка) или базы отдыха со значительным потоком, превышающим несколько тысяч человек в год, расположенные в пригородах.

Региональные агрегаторы на текущий момент представлены порталом «Эко Республика Коми», принадлежащим «Агентству по развитию и продвижению Республики Коми»,

и цифровым ресурсом «Ассоциации по развитию сельского туризма Республики Коми». На портале «Ассоциации...» создан в минимальном варианте маркетплейс с возможностью заказать турпродукт.

На российских платформах представлены единичные продукты субъектов туризма Республики Коми, в частности, туры на Столбы выветривания «Маньпу-пунер» показаны в сообществе туроператоров «Большая страна», «RussiaDiscovery».

Необходимо отметить, что включение в региональное пространство продуктов городского туризма позволило бы наиболее полно раскрыть потенциал внутреннего туризма, активизировал бы сектор размещения и развлечения (музеи).

В целом субъекты туризма Республики Коми, формирующие внутренний туристский продукт, очень слабо представлены на российских и международных уровнях, что обусловлено как низким качеством продуктов, сопутствующего сервиса, так и недостатком внимания к продвижению уникальных продуктов республики в цифровом поле. Результатом этого является слабая связанность и структуриро-

ванность туристского пространства из-за минимального взаимодействия участников.

Для конфигурации пространства туризма региона характерны дисперсность, низкая плотность субъектов отрасли с формированием зон рекреации вокруг крупных городов с коротким плечом взаимодействия субъектов на базе продуктов экологического туризма и отдыха выходного дня.

Невысокие конкурентные характеристики турпродуктов республики резко ограничивают возможности образование цифровых продуктов и, особенно, их включение в более высокие уровни продвижения продукта – продуктовые цифровые платформы. Роль цифровых республиканских агрегаторов турпродуктов, не подкрепленных соответствующими инструментами электронной коммерции и насыщенностью турпродуктов, сводится в большей степени к информированности местного населения об их существовании.

Направления цифровизации туризма

Развитие цифрового пространства зависит от цифровой составляющей инфраструктуры региона, качества и формы продукта субъекта туризма. В настоящее время включение продуктов туризма в цифровое пространство для периферийных сельских муниципальных образований из-за отсутствия необходимой цифровой инфраструктуры недоступно (рис. 4).

Создание и наращивание цифровой инфраструктуры на основе технологий подключения к Интернету не ниже 4G, а в перспективе 5G, является одним из важнейших направлений по развитию туристско-рекреационного кластера региона и формированию местных дестинаций.

Для продвижения местных туристских продуктов актуально развитие региональной туристской платформы на базе портала «Эко Республика Коми» с последующим подключением к Национальному туристическому portalу и внедрением других современных технологий (больших данных, искусственного интеллекта и т. д.), которые возможно осуществить при поддержке региональных властей. Базовым направлением следует рассматривать включение местных туристских продуктов в российские цифровые туристские платформы. Реализация продаж по данному каналу потребует повышения качества продуктов через применение современных цифровых технологий и создание цифрового двойника продукта.

Развитие системы регионального управления отраслью туризма в контексте формирования республиканского туристско-рекреационного кластера и местных дестинаций для создания конкурентоспособного туристского продукта должно опираться на цифровизацию процессов управления, учета статистической информации, сбора и хранения данных.

Создание «умных дестинаций» перспективно, но обеспечивается цифровизацией не только туристского сектора, но и всей сервисной экономики региона. Фактически необходимо перейти от простой оцифровки к созданию региональной базы данных на платформе с внедрением облачных решений и современных технологий, с возможностью интегрирования системы со всеми участниками, формирующими туристский продукт, путем подключения цифровых сервисов «Умный город», «Заповедный регион» и других для удовлетворения рекреационных потребностей туриста. Полноценное создание «умной дестинации» базируется на вводе в действие большой группы цифровых сервисов, начиная от «Приложения» дестинации в смартфоне, до электронной карты туриста, и заканчивая цифровыми двойниками туристских продуктов и услуг, которые можно получить в физической форме.

Формирование «умной дестинации» предполагает создание таких элементов, как умная среда с туристским продуктом, система менеджмента дестинации, система управления данными, интеграция всех компонентов туристской экосистемы с облегченной доступностью для туриста. Все это должно базироваться на принципах устойчивого туризма и экологической ответственности.

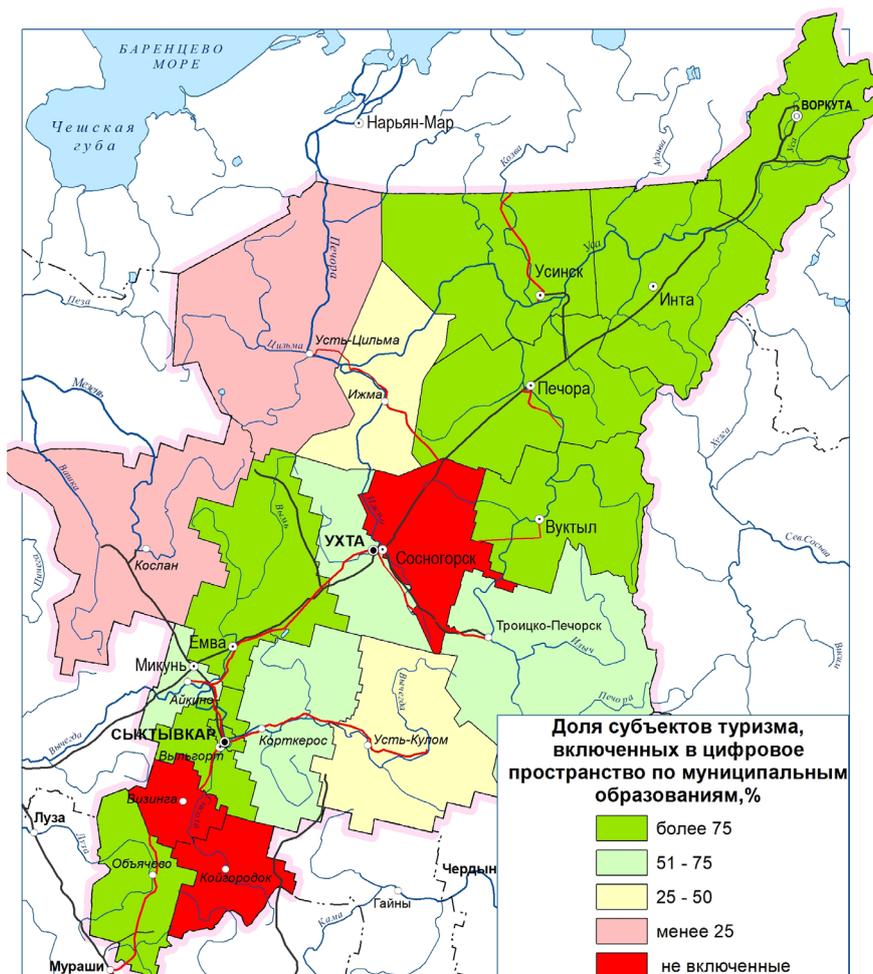


Рисунок 4. Включенность субъектов внутреннего туризма в цифровое пространство муниципальных образований Республики Коми, %.
Figure 4. Inclusion of the domestic tourism subjects in the digital space of municipal entities of the Komi Republic, %.

Важно использовать для создания туристских продуктов дестинаций разнообразные инструменты поддержки субъектов туризма, образующих цепочку добавленной стоимости. Одним из них является включение субъектов с объектами туризма в федеральную программу по развитию туристской инфраструктуры через оператора «Туризм. РФ» и федеральные туристские маршруты («Серебряное кольцо» и др.). Использовать финансовые механизмы предоставления поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в области туризма (субсидирование части затрат на уплату процентов по кредитам и т. д.).

В настоящее время недостаточно для развития продуктов туризма и создания дестинаций используется формат региональных и особенно муниципальных программ, которые могли бы стать катализатором создания локальных кластеров.

Реализация представленных направлений будет способствовать формированию регионального туристско-рекреационного комплекса на основе туристских продуктов субъектов, его оцифровке с использованием информационно-коммуникационных технологий и выражению в цифровом пространстве, доступном для использования туристами.

Заключение

Анализ цифрового пространства внутреннего туризма Республики Коми выявил его низкую связанность, дисперсность и слабую структурированность, обозначил проблему неразвитости сетевого взаимодействия субъектов, вследствие дефицита качественных туристских продуктов и объектов цифровой инфраструктуры.

Таким образом, развитие цифрового пространства связано с повышением качества продуктов субъектов туризма и наращиванием цифровой инфраструктуры. Внедрение цифровых технологий необходимо сопровождать более точным позиционированием продуктов и услуг в информационной сети из-за усиления конкуренции на локальных рынках.

Цифровая трансформация будет выражаться во включении продуктов туризма региона в цифровые платформы с использованием более широких технологических возможностей формирования цифрового туристского продукта и богатой системы сервисов, направленных на продвижение и реализацию продукта.

Важнейшим элементом цифровизации является создание региональной цифровой платформы, нацеленной на обеспечение взаимодействия субъектов с государственной экосистемой для оказания государственных услуг в сфере туризма, продвижение турпродукта через национальный туристический портал и реализацию функций по гибкому управлению и развитию туристских «умных дестинаций» разного уровня.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Источники и литература

1. Официальный сайт ООН. Международный туризм в 2024 году достигнет допандемийного уровня. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2024/01/1448742> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Online travel market size worldwide from 2020 to 2022, with a forecast for 2023 and 2030 (in billion U.S. dollars). Statista. – URL: <https://www.statista.com/statis-tics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/> (date of access: 22.03.2024).
3. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туриста – 2023. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2023.pdf (дата обращения: 11.01.2024).
4. Цифровизация отелей в России: что ждет e-travel в ближайшие годы. РБК Тренды (15.08.2023 г.). – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64da4ab99a794783b12c6f7f> (дата обращения: 15.01.2024).
5. Верлен, Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география / Б. Верлен // Социологическое обозрение. – 2001. – Т. 1, № 2. – С. 26–47.
6. Бакланов, П. Я. Подходы и основные принципы структуризации географического пространства / П. Я. Бакланов // Известия РАН. Серия географическая. – 2013. – № 4. – С. 7–18.
7. Дергачев, В. А. Цивилизационная геополитика (Большие многомерные пространства) / В. А. Дергачев. – Одесса : ИПРЭИ НАНУ, 2003. – 262 с.
8. Акаткин, Ю. М. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли / Ю. М. Акаткин, О. Э. Карпов, В. А. Конявский, Е. Д. Ясиновская // Бизнес-информатика. – 2017. – № 4 (42). – С. 17–28.
9. Ниязова, Ю. М. Цифровая платформа как информационно-экономическая структура / Ю. М. Ниязова, А. В. Гарин, М. И. Злыднев // Компетентность. – 2021. – № 1. – С. 32–35.
10. Jacobides, M. Towards a theory of ecosystems / M. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer // Strategic Management Journal. – 2018. – Vol.39. – Iss. 8. – P. 2255–2276.
11. Морозов, М. А. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства / М. А. Морозов, Н. С. Морозова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14, № 4. – С. 27–36.
12. Benckendorff, P. J. Tourism information technology / P. J. Benckendorff, Z. Xiang, P. J. Sheldon. – Boston, Massachusetts, 2019. – 403 p.
13. Sustainable development goals. UNWTO. – URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (date of access: 10.04.2024).
14. Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017 [without reference to a Main Committee (A/71/L.75)] 71/313. Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/71/313. This resolution contains the targets and indicators for the 17 Sustainable Development Goals (SDGs). – URL: <https://undocs.org/A/RES/71/313> (date of access: 22.02.2023).

15. Tourism 4.0 Enriched Tourism Experience – URL: <https://tourism4-0.org/> (date of access: 28.05.2022).
16. EU guide on data for tourism destinations. Presented by PwC EU Services EESV, Intellera Consulting, CARSA and the University of Malaga to the European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. July 2022. – URL: https://smart-tourismdestinations.eu/wp-content/uploads/2022/07/Smart-Tourism-Destinations_EU-guide_v1_EN.pdf (date of access: 12.10.2023).
17. Коровин, Г. Б. Сетевые структуры в промышленности региона / Г. Б. Коровин // Экономика региона. – 2020. – Т. 16, вып. 4. – С. 1132–1146. – <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-4-9> (дата обращения: 28.05.2022).
18. Распоряжение Правительства РФ от 21 октября 2022 г. № 3102-р «Об утверждении Концепции создания и функционирования единой цифровой платформы Российской Федерации "ГосТех" и плана мероприятий ("дорожной карты") по ее созданию». – URL: <http://static.government.ru/media/files/oqOLBuZAAAFuqahxNhCJRk5EFB6TJBzY.pdf> (дата обращения: 25.10.2023).
19. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации. Домен «Экология и природопользование» – будущее цифровых сервисов отрасли. – URL: https://цифровая_эволюция.рф/storage/filemanager/presentation_18082022/11/ekologiya-01-tsyganov-k-a-1.pdf (дата обращения: 21.03.2024).
20. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. «О стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». – URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rY0aVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 11.06.2022).
21. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма». – URL: <https://base.garant.ru/403336467/> (дата обращения: 10.09.2022).
22. Постановление Правительства Российской Федерации от 08 июня 2019 г. № 747. «Об утверждении Правил создания и функционирования единой информационной системы электронных путевок, структуры единой информационной системы электронных путевок и условий предоставления содержащейся в единой информационной системе электронных путевок информации». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201906170015> (дата обращения: 23.09.2023).
23. Указ Президента РФ от 20.10.2022 г. № 759 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_429389/ (дата обращения: 27.11.2023).
24. Приказ Федерального агентства по туризму от 18 февраля 2016 г. № 57-Пр-16 «О внесении изменений в Положение о подсистеме АИС «Туризм» «Национальный туристический портал». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71240788/> (дата обращения: 23.11.2020).
25. Министерство экономического развития Российской Федерации. Приоритетные направления. Туристические реестры. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/reestry_turizm/?ysclid=luzvozegzy159522390 (дата обращения: 12.03.2024).
26. Указ Президента Российской Федерации от 08 июля 2023 г. №588 «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202308080017> (дата обращения: 18.03.2024).
27. Официальный сайт Росстата. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте субъекта Российской Федерации. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/VDS_ti-okved2_vrp.xlsx (дата обращения: 21.11.2023).

References

1. Oficial'nyj sajt OON. Mezhdunarodnyj turizm v 2024 godu dostignet dopandemijnogo urovnya [Official website of the United Nations. International tourism will reach the pre-pandemic level in 2024]. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2024/01/1448742> (date of access: 21.02.2024).
2. Online travel market size worldwide from 2020 to 2022, with a forecast for 2023 and 2030 (in billion U.S. dollars). Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/> (date of access: 22.03.2024).
3. Statisticheskij byulleten' Rosstata k Vsemirnomu dnyu turista – 2023 [Statistical Bulletin of the Federal State Statistics Service for the World Tourist Day – 2023]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_2023.pdf (date of access: 11.01.2024).
4. Cifrovizaciya otelej v Rossii: chto zhdet e-travel v blizhajshie gody (15.08.2023 g.). RBK Trendy [Digitalization of hotels in Russia: what awaits e-travel in the coming years. RBC Trends]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64da4ab99a794783b12c6f7f> (date of access: 15.01.2024).
5. Werlen, B. Obshchestvo, dejstvie i prostranstvo. Al'ternativnaya social'naya geografiya [Society, action and space: An alternative human geography] / B. Werlen // Sociologicheskoe obozrenie [Russian Sociological Review]. – 2001. – Vol. 1. – № 2. – P. 26–47.
6. Baklanov, P. Ya. Podhody i osnovnye principy strukturizacii geograficheskogo prostranstva [Approaches and basic principles of structuring geographical space] / P. Ya. Baklanov // Proceedings of the Russian Academy of Sciences. Geographical Series]. – 2013. – № 4. – P. 7–18.
7. Dergachev, V. A. Civilizacionnaya geopolitika (Bol'shie mnogomernye prostranstva) [Civilizational geopolitics (Large multidimensional spaces)] / V. A. Dergachev. – Odessa : IPREEI NANU, 2003. – 262 p.
8. Akatkin, Yu. M. Cifrovaya ekonomika: konceptual'naya arhitektura ekosistemy cifrovoj otrasli [Digital economy: products/ipo/prime/doc/71240788/ (дата обращения: 23.11.2020).

- conceptual architecture of the digital industry ecosystem] / Yu. M. Akatkin, O. E. Karpov, V. A. Konyavskij, E. D. Yasinovskaya // *Biznes-informatika [Business Informatics]*. – 2017. – № 4 (42). – P. 17–28.
9. Niyazova, Yu. M. Cifrovaya platforma kak informacionno-ekonomicheskaya struktura [Digital platform as an information and economic structure] / Yu. M. Niyazova, A. V. Garin, M. I. Zlydnev // *Kompetentnost' [Competency]*. – 2021. – № 1. – P. 32–35.
 10. Jacobides, M. Towards a theory of ecosystems / M. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer // *Strategic Management Journal*. – 2018. – Vol.39. – Iss. 8. – P. 2255–2276.
 11. Morozov, M. A. Konceptiya cifrovoj ekosistemy industrii turizma i gostepriimstva [Concept of the digital ecosystem of the tourism and hospitality industry] / M. A. Morozov, N. S. Morozova // *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*. – 2020. – Vol.14. – №4. – P. 27–36.
 12. Benckendorff, P. J. Tourism information technology / P. J. Benckendorff, Z. Xiang, P. J. Sheldon. – Boston, Massachusetts, 2019. – 403 p.
 13. Sustainable development goals. UNWTO. – URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (date of access: 10.04.2024).
 14. Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017 [without reference to a Main Committee (A/71/L.75)] 71/313. Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/71/313. This resolution contains the targets and indicators for the 17 Sustainable Development Goals (SDGs). – URL: <https://undocs.org/A/RES/71/313> (date of access: 22.02.2023).
 15. Tourism 4.0 Enriched Tourism Experience – URL: <https://tourism4-0.org/> (date of access: 28.05.2022).
 16. EU guide on data for tourism destinations. Presented by PwC EU Services EESV, Intellera Consulting, CARSA and the University of Malaga to the European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. July 2022. – URL: https://smart-tourismdestinations.eu/wp-content/uploads/2022/07/Smart-Tourism-Destinations_EU-guide_v1_EN.pdf (date of access: 12.10.2023).
 17. Korovin, G. B. Setevye struktury v promyshlennosti regiona [Network structures in the regional industry] / G. B. Korovin // *Ekonomika regiona [Regional Economy]*. – 2020. – Vol. 16. – Iss. 4. – P. 1132–1146. – URL: <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-4-9> (date of access: 28.05.2022).
 18. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 21 oktyabrya 2022 g. № 3102-r «Ob utverzhdenii Konceptii sozdaniya i funkcionirovaniya edinoj cifrovoj platformy Rossijskoj Federacii "GosTekh" i plana meropriyatij ("dorozhnoj karty") po ee sozdaniyu» [Decree of the Government of the Russian Federation dated to October 21, 2022 № 3102-r "On the approval of the Concept of Creation and Functioning of the Unified Digital Platform of the Russian Federation GOSTECH and the action plan (roadmap) for its creation"]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/oqOL-BuZAAAFuqahxNhCJRk5 EFB6TJBzY.pdf> (date of access: 25.10.2023).
 19. Ministerstvo prirodnih resursov i ekologii Rossijskoj Federacii. Domen «Ekologiya i prirodnopol'zovanie» – budushchee cifrovih servisov otrasli [Ministry of Natural Resources and Ecology of the Russian Federation. The domain "Ecology and Nature Management" is the future of digital services in the industry]. – URL: https://cifrovayaevolyuciya.rf/storage/filemanager/presentation_18082022/11/ekologiya-01-tsyganov-k-a-1.pdf (date of access: 21.03.2024).
 20. Rasporyazhenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 20 sentyabrya 2019 g. № 2129-r. «O strategii razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda» [Decree of the Government of the Russian Federation dated to September 20, 2019 № 2129-r. "On the strategy of tourism development in the Russian Federation for the period up to 2035"]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (date of access: 11.06.2022).
 21. Postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 24 dekabrya 2021 g. № 2439 «Ob utverzhdenii gosudarstvennoj programmy Rossijskoj Federacii «Razvitie turizma» [Resolution of the Government of the Russian Federation dated to December 24, 2021 № 2439 "On the approval of the State Program of the Russian Federation "Tourism Development"]. – URL: <https://base.garant.ru/403336467/> (date of access: 10.09.2022).
 22. Postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 08 iyunya 2019 g. № 747 «Ob utverzhdenii Pravil sozdaniya i funkcionirovaniya edinoj informacionnoj sistemy elektronnyh putevok, struktury edinoj informacionnoj sistemy elektronnyh putevok i uslovij predostavleniya soderzhashchejsya v edinoj informacionnoj sisteme elektronnyh putevok informacii» [Resolution of the Government of the Russian Federation dated to June 08, 2019 № 747 "On the approval of the Rules for the creation and operation of the unified information system of electronic vouchers, the structure of the unified information system of electronic vouchers and the conditions for the provision of information contained in the unified information system of electronic vouchers"]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201906170015> (date of access: 23.09.2023).
 23. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 20.10.2022 g. № 759 «O nekotoryh voprosah gosudarstvennogo upravleniya v sfere turizma i turistskoj deyatel'nosti» [Decree of the President of the Russian Federation dated to 20.10.2022 № 759 "On some issues of public administration in the field of tourism and tourism activities"]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_429389/ (date of access: 27.11.2023).
 24. Prikaz Federal'nogo agentstva po turizmu ot 18 fevralya 2016 g. № 57-Pr-16 «O vnesenii izmenenij v Polozhenie o podsysteme avtomatizirovannoj informacionnoj sisteme «Turizm» «Nacionalnyj turistscheskij portal» [Order of the Federal Agency for Tourism dated to February 18, 2016 № 57-Pr-16 "On amendments to the Regulation on the

- subsystem of automated information system "Tourism" "National Tourism Portal"]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71240788/> (date of access: 23.11.2020).
25. Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Rossijskoj Federacii. Prioritetnye napravleniya. Turisticheskie reestry [Ministry of Economic Development of the Russian Federation. Priority areas. Tourist registries]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/re-es-try_turizm/?ysclid=luzvoyegzy159522390 (date of access: 12.03.2024).
26. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 08 iyulya 2023 g. № 588 «O sovershenstvovanii gosudarstvennogo upravleniya v sfere turizma i turistskoj deyatelnosti» [Decree of the President of the Russian Federation dated to July 08, 2023 № 588 "On improving the public administration in the field of tourism and tourism activities"]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202308080017> (date of access: 18.03.2024).
27. Oficial'nyj sayt Rosstata. Dolya valovoj dobavlennoj stoimosti turistskoj industrii v valovom regional'nom produkte subyekta Rossijskoj Federacii [Official website of the Federal State Statistics Service. The share of gross added value of the tourism industry in the gross regional product of the subject of the Russian Federation]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/VDS_tikvkd2_vrp.xlsx (date of access: 21.11.2023).

Благодарность (госзадание):

Статья подготовлена в рамках выполнения НИР по теме «Цифровая биоэкономика северного региона: подходы и направления формирования» (№ государственного учета 124012700509-1).

Acknowledgements (state task)

The article was prepared within the research project on the theme "Digital bioeconomy of the northern region: approaches and principles of formation" (state registration number 124012700509-1).

Информация об авторе:

Щенявский Виталий Анатольевич – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник лаборатории проблем территориального развития Института социально-экономических и энергетических проблем Севера Коми научного центра Уральского отделения Российской академии наук; <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-9051-5769> (167982, Российская Федерация, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 26; e-mail: vital@iespn.komisc.ru).

About the author:

Vitaliy A. Shchenyavsky – Candidate of Sciences (Economics), Senior Researcher at the Laboratory of Territorial Development Problems, Institute for Socio-Economic & Energy Problems of the North, Komi Sciences Centre of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences; <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-9051-5769> (26 Kommunisticheskaya st., Syktyvkar, Komi Republic, Russian Federation, 167982, e-mail: vital@iespn.komisc.ru).

Для цитирования:

Щенявский, В. А. Формирование цифрового пространства внутреннего туризма Республики Коми / В. А. Щенявский // Известия Коми научного центра Уральского отделения Российской академии наук. Серия «Экономические науки». – 2024. – № 4 (70). – С. 88–96.

For citation:

Shchenyavsky, V. A. Formirovanie cifrovogo prostranstva vnutrennego turizma Respubliki Komi [Digital space formation of domestic tourism in the Komi Republic] / V. A. Shchenyavskiy // Proceedings of the Komi Science Centre of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences. Series "Economic Sciences". – 2024. – № 4 (70). – P. 88–96.

Дата поступления статьи: 19.04.2024

Прошла рецензирование: 23.04.2024

Принято решение о публикации: 20.05.2024

Received: 19.04.2024

Reviewed: 23.04.2024

Accepted: 20.05.2024