

УДК 338.48

DOI: 10.26140/anie-2019-0804-0027

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ПРОИЗВОДСТВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ УМНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

© 2019

AuthorID: 565123

SPIN: 5257-6802

ResearcherID: P-9775-2017

ORCID: 0000-0001-8983-7226

Гордиенко Станислав Викторович, научный сотрудник, лаборатория
«Экономики и управления туристско-рекреационными кластерами»
Сочинский научно-исследовательский Центр РАН
(354000, Россия, Сочи, ул. Театральная 8а, e-mail: stgordi@gmail.com)

Аннотация. Мировая туристическая отрасль развивается, опережая среднемировые темпы роста, и дает более 10% мирового ВВП. В России туризм формирует лишь 3,4% ВВП страны. Использование средств федерального бюджета и привлеченных инвестиций в российский туризм часто неэффективно. Объемы инвестиций в туризм и доходы отрасли в РФ кратно меньше, чем в странах-лидерах. Но расходы российских туристов за рубежом в разы превышают доходы от въезда иностранца в нашу страну. Одна из причин подобного перекоса и неэффективности — технологическое отставание, недостаточное присутствие в практике российской туриндустрии технологий создания конкурентоспособных инновационных турпродуктов, непониманием преимуществ умных технологических подходов. Масштаб изменений текущей технологической революции требует кардинальных изменений для существующих технологических подходов. Проведен анализ опросов российских и зарубежных туристов о готовности к потреблению высокотехнологичных турпродуктов. Он подтверждает их высокую востребованность и готовность российских туристов к потреблению умных турпродуктов. Рассмотрена зарубежная и российская идеология воспроизводства умных продуктов вообще и примеры успешного зарубежного опыта применения технологических подходов при разработке и внедрении технологически умных продуктов. На основе этого опыта в общих чертах сформулированы некоторые характеристики конкурентоспособных инновационных умных продуктов в туризме, перечень параметров умного турпродукта в сфере транспортного обслуживания туристов ближайшего будущего.

Ключевые слова: туризм, туристский продукт, технологии, конкурентоспособный продукт, инновационный продукт, технологические решения, эффективность туризма, технологический переход, умный продукт, инвестиции в туризм, доходность иностранного туризма, умный турпродукт.

TECHNOLOGICAL APPROACHES OF PRODUCTION OF COMPETITIVE INNOVATIVE SMART TOURIST PRODUCTS

© 2019

Gordienko Stanislav Victorovich, researcher, laboratory “Economics and Management
of Tourism and Recreational Clusters”

*Sochi Research Centre of the Russian Academy of Sciences
(354000, Russia, Sochi, Teatralnaya street 8a, e-mail: stgordi@gmail.com)*

Abstract. The world tourism industry is developing ahead of the global average growth rate and provides more than 10% of world GDP. In Russia, tourism forms only 3.4% of the country's GDP. The use of federal budget funds and attracted investments in Russian tourism is often inefficient. The volume of investment in tourism and industry revenues in the Russian Federation is much less than in the leading countries. But the expenses of Russian tourists abroad at times exceed the income from the entry of a foreigner into our country. One of the reasons for such a bias and inefficiency is a technological lag, the insufficient presence in the practice of the Russian travel industry of technologies for creating popular competitive innovative tourism products, and a lack of understanding of the advantages of smart technological approaches. The scale of changes in the current technological revolution requires fundamental changes in the existing technological approaches. The analysis of surveys of Russian and foreign tourists on the readiness for consumption of high-tech tourist products. It confirms their high demand and readiness of Russian tourists to consume smart tourism products. The foreign and Russian ideology of reproduction of smart products in General and examples of successful foreign experience in the application of technological approaches in the development and implementation of technologically smart products are considered. On the basis of this experience, some characteristics of smart products in tourism, a list of parameters of competitive innovative smart tourism products in the field of transport services for tourists of the near future are formulated in General terms.

Keywords: tourism, tourist product, technology, competitive product, innovative product and technological solutions, efficiency, tourism, technology transfer, smart investments in tourism, the profitability of foreign tourism, smart tourism products.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. По данным отчета Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) «Country Analysis-2017», туристическая отрасль развивается, опережая среднемировые темпы роста. В 2017 году прямые, косвенные и индуцированные результаты Travel & Tourism составили 10,4% мирового ВВП и 313 миллионов рабочих мест [1].

В России туризм также вносит существенный вклад в обеспечение устойчивого социально-экономического развития и социальной стабильности, создания рабочих мест. Но в нашей стране «сегодня туризм формирует 3,4% валового внутреннего продукта страны, влияя на 53 смежные отрасли. Создание одного рабочего места в сфере туризма влечет создание до 5 рабочих мест в смежных отраслях» [2].

Результаты анализа современного состояния эконо-

мики РФ в части использования средств федерального бюджета и привлеченных инвестиций показывают, что эти вложения до сих пор нельзя признать эффективными. В сообщении Счетной Палаты РФ о финансировании особых экономических зон (далее ОЭЗ), механизм которых показал свою эффективность во многих странах мира, говорится, что «в РФ их нельзя признать эффективными» [3]. Примером неэффективности назван тот факт, что в 2010–2017 году досрочно была прекращена деятельность 11 ОЭЗ, на финансирование которых было потрачено 4,5 млрд. руб. Причем, как и в 2017 году [4], в составе признанных неэффективными находится сразу несколько ОЭЗ туристско-рекреационного типа.

Причиной вышеуказанного специалистами Счетной Палаты было определено отсутствие документа стратегического планирования по единому механизму создания и функционирования инструментов развития терри-

торий, использования средств для создания конкурентоспособного инновационного турпродукта без технологического подхода и без современных технологических решений.

Проблемы технологического отставания в российской экономике проявляются не только в низкой эффективности инвестиций, но и в кратном отставании от стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в производительности труда [5].

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Императив повышения темпов роста эффективности, производительности, ставший определяющим для развитых стран, «в России приобретает другое звучание: российской экономике необходимо обеспечить такой рост производительности труда, чтобы в кратчайшие сроки ликвидировать отставание от стран-лидеров и не уступать им в будущем. Для этого нужно перейти к новой модели развития на базе высокотехнологичных отраслей, основанных на научных знаниях и инновационных технологиях» [6 с. 11].

В современной стадии развития экономики, «когда на смену индустриальной приходит инновационная» [6, с. 5], применяемые в настоящем технологические решения работают на пределе своей производительности. «Эффективность традиционных технологий стала снижаться и в неиндустриальных секторах экономики, в целом» [7]. Мир вступает в технологический переход «когда богатство природных ресурсов и дешевизна труда перестают быть основными факторами роста» [6, с. 8]. По своим масштабам это крупнейшая за историю четвертая промышленная революция, названная «технологической революцией» [8]. И характеризуется она качественным изменением «методических подходов, имеющих в основе широкое применение технологических решений, которые позволяют радикально/экспоненциально повысить производительность различных секторов экономики и социальной сферы» [6, с. 8]. Участие России в новой технологической революции — «один из главных социально-экономических и исторических вызовов» [6, с. 11]. Разработка новых технологических решений в ответ на новые вызовы — актуальная задача для отечественных исследователей. «Сейчас лидером станет тот, кто будет обладать собственными технологиями, знаниями, компетенциями. Они становятся важнейшим ресурсом развития, обеспечивают суверенитет страны» [9].

Окончание инкубационного Кондратьевского периода и возникновение новой технологической революции, по мнению отечественных и зарубежных исследователей, характеризуется рядом основополагающих моментов. Пётр Шедровицкий приводит [10] пять взаимосвязанных технологий и три основных технологических коридора: «все в цифре», новые материалы и «умные» системы управления. Майкл Портер, Джеймс Хаппелманн говорят о появлении новой многослойной инфраструктуры, стеке технологий, и целом комплексе особенностей воспроизводства «умного» продукта [11].

Общими в рассмотренных подходах найдены следующие характеристики. Во-первых, это всеобщее оцифровывание, цифровизация всех этапов воспроизводства, «все в цифру», «цифра — новый стратегический ресурс». Во-вторых, это опора на платформы: «платформенные решения», «платформы технологий», «платформы данных», мультисервисные платформы. В-третьих, это новые ресурсы: новые источники энергии (возобновляемые, сберегаемые и аккумулированные), новые материалы и новые способы проектирования и производства [10-12].

Формирование целей статьи. Постановка задания. Используемые в исследовании методы. Задавая вопросом о причинах значительного отставания показателей

российского туризма, используя методы анализа и синтеза, теоретико-эмпирический метод и метод формализации рассмотрим в разных ракурсах показатели объемов инвестиций в сферу туризма. Предполагаем показать: в странах с меньшими объемами инвестиций меньше отдача от каждого иностранного туриста. Но здесь надо понимать и то, что современные инвестиции в сферу туризма в большей своей части должны быть направлены именно на технологическое развитие и обеспечение отрасли, создание инновационного умного турпродукта. Полагаем, что создание конкурентоспособного технологичного умного продукта, турпродукта, способно значительно повысить эффективность российского туризма.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. При сравнении абсолютных и относительных показателей развития туризма в России были выявлены значительные перекосы и отставания по самым важным показателям. Так в рейтинг стран с самыми большими инвестициями в сферу туризма в 2017 году возглавляют США, показатель которых составил \$176,3 млрд., на втором месте — Китай (\$154,7 млрд.). В России инвестициями в сферу туризма составили всего \$6,8 млрд. [1].

Экспортные доходы от сферы туризма (траты въезжающих иностранцев) составляют: США — \$200,7 млрд., Китай — \$125,2 млрд. [1]. При этом параметры въездного туристского потока в этих странах отличаются не столь существенно: США — 74,5 млн.ч., Китай — 63,2 млн.ч., Россия — 28,8 [1].

Графическое отображение вышеуказанных и производных от них параметров представлено на рисунке 1.

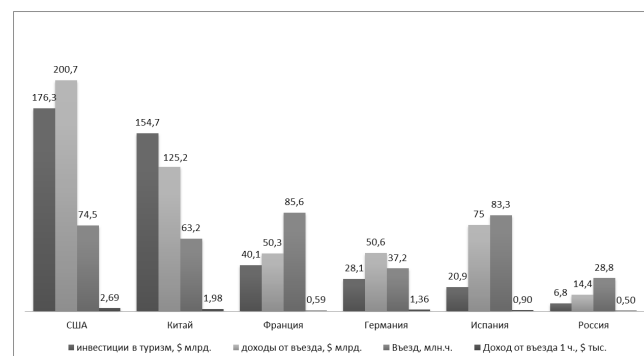


Рисунок 1 — Основные показатели сферы туризма некоторых стран в 2017 г. (по данным WTTC и расчетам автора)

Кроме вышеперечисленных показателей сферы туризма (инвестиций, въезда, доходов от въезда), объемы которых при графическом отображении для России наглядно несопоставимы (кроме объема въезда) на этом рисунке отражен производный показатель «Доход от въезда 1 иностранного туриста», который рассчитан как отношение доходов от въезда к количеству въехавших. И по этому качественному показателю видно, что отдача от приема одного иностранного туриста в России (\$0,5 тыс.) в 5 с лишним раз меньше, чем в США, почти в 4 раза меньше, чем в Китае.

Немаловажное значение для понимания значения технологического развития в сфере туризма имеют такие показатели как размеры доходов при въездном и расходов при выездном туризме в РФ. По данным Всемирного экономического форума, собранных в отчете «The Travel & Tourism Competitiveness Report» за 2016 год [13] и данным пограничной службы РФ [14] при значительно большем (в 2,5 раза) объеме въездного турпотока, объемы дохода от въезда (экспорта) турпродукта в 2 раза меньше объемов расходов российских туристов за рубежом (импорт.). Графически эти соотношения представлены на рисунке 2.

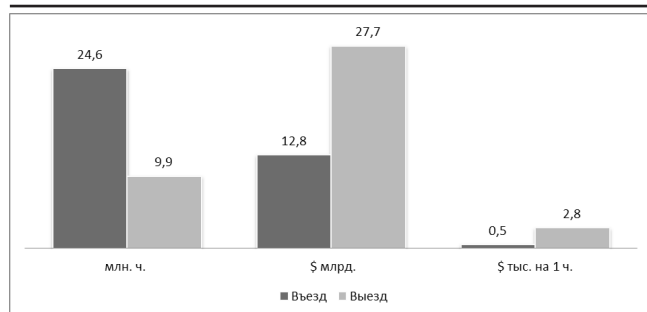


Рисунок 3 — Основные показатели въезда-выезда туристов РФ в 2016 г. (по данным The Travel & Tourism Competitiveness Report» за 2016 год, данным пограничной службы РФ и расчетам автора)

Определение объема доходов в расчете на одного туриста, рассчитанную автором как отношение объема дохода к объему турпотока, показывает, что при том, что 1 иностранный турист в среднем оставляет на территории РФ около \$500, а вывозит средний российский турист около \$2800, т.е. в 5,6 раза больше. Таким образом, можно констатировать кратное отставание российской туристской индустрии в развитии технологических решений изъятия средств иностранных туристов в обмен на впечатления от посещения России.

Отрицание технологического восприятия развития туризма, неисполнение технологических решений приводит к разочаровывающим последствиям не только на территории России. Отступление от технологического подхода приводят к превышению объема турпотоков над возможностями дестинаций, «сверхтуризму», овертуризму (Overtourism — избыточный поток туристов, который создает проблемы жителям некоторых городов и курортов мира) в самых различных странах. Так в Таиланде превышение допустимой экологической нагрузки и рекреационной емкости привело к временному закрытию легендарного пляжа Майя Бэй. Подобные проблемы наблюдаются в итальянской Венеции, хорватском Дубровнике, на шотландском острове Скай и др. [15].

В российских реалиях туристской индустрии технологические нарушения проявляются при производстве локальных турпродуктов, которые приводят к снижению конкурентоспособности, появлению отрицательных отзывов, например, на очереди к подъемникам и «несостыковки» при бронировании-вселении [16]. Но гораздо опаснее подобные отклонения в процессах воспроизводства кластерных и региональных турпродуктов. Так отсутствие технологического подхода и невыполнение обязательных позиций, элементов технологических решений, приводят, например, в постоллимпийском развитии Сочи, к «возникновению острого дефицита не только квалифицированных кадров, но и какого-либо персонала вообще и постановке вопроса о едином органе управления операционной эффективностью туристского кластера» [17].

Все вышеуказанное неизбежно разворачивает внутренние туристские и денежные потоки [18] и не способствует финансовой эффективности масштабных российских туристских проектов.

Для формирования параметров инновационного, конкурентоспособного турпродукта, способного значительно повысить эффективность туристской отрасли, создаваемого в условиях нового технологического развития, необходимо опираться на разработки зарубежных и отечественных идеологов нового технологического перехода.

Майкл Портер, Джеймс Хаппелманн сформировали комплекс особенностей воспроизводства «умного» продукта:

- умное оборудование само себя оптимизирует,
- все происходит в режиме реального времени,

- умное производство сопровождается умным НИОКР, умным проектированием, умной реализацией,
- новый ресурс — данные,
- производство: не конвейер, а платформа,
- изменение центра тяжести добавленной стоимости

[11].

Российский Центр стратегических разработок приводит свои основные характеристики технологической революции, среди которых:

- цифровая трансформация,
- масштабирование процессов цифровизации,
- платформенный переход,
- изменение архитектуры рынков,
- перемещение центров капитализации прибыли и многое другое [12].

И хотя эти разработки не были предназначены для туристских отраслей, универсальность этих новейших технологических решений для всех сфер экономической и социальной деятельности позволяет говорить о том, что в ближайшей перспективе будет необходима их широкая адаптация для сферы туризма, в которой прогнозируемо станут остро востребованы инновационные «умные турпродукты». Следование вышеприведенной идеологии для сферы туризма дает возможность сформулировать, в самом общем приближении, основополагающие параметры конкурентоспособных умных турпродуктов.

В первую очередь, вся информация об этих инновационных турпродуктах должна быть оцифрована. Это уже делается сейчас с некоторыми элементами турпродукта (авиа и ж/д билеты, бронирование и бесконтактное вселение в гостиницу, маршрутизаторы и т.п.), но оцифровка каждого нового параметра сделает систему более универсальной и устойчивой.

Следующим обязательным параметром создания конкурентоспособного умного турпродукта является коммутация информации о самих турпродуктах и их взаимосвязях в единой платформе с большими данными (big data), с данными клиентской базы, с параметрами индивидов туристского потока. Подобная практика существует сейчас в медицинской сфере в Германии, где жители, имеющие датчики и передающие свои данные в онлайн-режиме в единую базу при обращении за медицинской помощью, имеют не только лучшие результаты обслуживания, но и финансовые льготы. И в турпродукт этот опыт предсказуемо войдет как элемент не только медицинского, но и оздоровительного туризма. Другим примером вхождения в инновационный умный турпродукт существующих технологических решений из смежных отраслей есть способность обмена информацией летящего самолета с платформой его обслуживания и диагностики. Эта платформа автоматически дает команду на замену подающих критические сигналы узлов в ближайшем аэропорту. Это не только повышает безопасность, но и снижает себестоимость этого элемента как турпродукта.

Внедрение таких решений в практику автотранспортного обслуживания туристов — насущная необходимость.

Используя вышеупомянутую идеологию умных продуктов вообще мы смоделируем, в некоторых начальных параметрах, один из десятков, если не сотен, составляющих умный турпродукт — умное такси. При всей внешней схожести с современными технологическими решениями, где уже каждая такси-платформа должна принимать цифровой заказ туриста и находить ближайший автомобиль, платформа умного турпродукта-такси дополнительно должна производить целый ряд необходимых действий. Так она должна оценивать:

- состояние водителя для предстоящей поездки (его физические показатели: давление, пульс, реактивность и т.п.),
- продолжительность предварительной текущей работы и время перерывов на отдых, его опыт, аварий-

ность и квалификацию для работы на скоростных или горных маршрутах.

Параллельно платформа должна также оценить:

- готовность транспортного средства (работу узлов и систем, обеспеченность топливом, специальным обслуживанием),

- состояние дорожного покрытия и общей дорожной обстановки для каждой конкретной поездки.

Но одновременно с этим платформа проводит проверку:

- состояния туриста, его физической и финансовой способности совершить переезд,

- отсутствия запланированных ранее на это время турпродуктов (экскурсий, процедур и т.п.),

- наличие и готовность заказанных туристом турпродуктов в точке окончания поездки.

И только получив положительные ответы по всем указанным параметрам, платформа умного турпродукта-такси проводит коммутацию для конкретной поездки. Параллельно введя согласованные с туристом изменения в его текущий комплекс турпродуктов. Список необходимых действий совершенно не конечный, но приведенный пример наглядно характеризует кардинально возрастающий объем информационных потоков для проектирования производства и реализации только одного умного турпродукта.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. Говоря о технологичности современного туризма надо сказать, что цифровые технологии сейчас становятся незаменимыми в путешествиях. Так по данным отчета Visa Global Travel [19], 88% опрошенных туристов при путешествиях за границей считают необходимым доступ в интернет. Онлайн-сервисами для навигации и планирования путешествий пользовались 83% туристов (в 2015 году — 78%). А по данным исследования Travelport Worldwide Ltd «Путешественники говорят, что технология является ключом к их путешествию» [20].

И российские туристы названы в этом исследовании одними из самых технологически продвинутых путешественников по ряду показателей.

Они во время поездок, а также при поиске и бронировании авиабилетов, используют в среднем 10,7 приложений. А 76% россиян в путешествиях склонны больше всего полагаться на свой смартфон. 75% россиян используют цифровые посадочные талоны и электронные билеты (это самый высокий показатель среди европейских стран).

Все вышесказанное свидетельствует о большой готовности российских туристов к производству инновационных высокотехнологичного турпродукта, его востребованности и для въездного туризма, и для наращивания объемов внутреннего туризма.

И этот новый технологичный турпродукт должен быть комплексным, системным элементом регионально-го турпродукта.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Формирование перечня характеристик инновационного умного турпродукта, как способ значительного повышения эффективности в туризме, показывает необходимость кардинальных нововведений в системе диспетчеризации большими данными при их передаче и потреблении, внедрении новшеств в системы управления, включение их в системы принятия решений.

Все это — только некоторые характеристики, приущие инновационным конкурентоспособным умным турпродуктам.

Описание всех параметров такого турпродукта в рамках текущей работы не представляется возможным не только по причинам огромного числа уже выявленных этих параметров.

И даже не по причине все нового и нового их выявления, таких как появление продуктов с управляемыми

свойствами.

В данный момент нам требуется не только погружение в парадигму нового технологического уклада, но даже в восприятие нового лексикона.

Понимание глубины предстоящих изменений в составе, структуре, во всех фазах предстоящего воспроизводства турпродукта приносит осознание необходимости множества коррекций, которые необходимо привести в разработанные нами ранее технологические решения. И только такое продолжение исследования в этой теме позволит говорить об актуальном и инновационном технологическом подходе и технологических решениях, требуемых для создания конкурентоспособного умного турпродукта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Отчет Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) Country Analysis -2017. [Электронный ресурс] URL: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/> (дата обращения: 12.11.2018).
2. Концепция федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» [Электронный ресурс] URL: <http://static.government.ru/media/files/FoFtF1dhGs4GZzEBPQILCFvIBl2hHQD.pdf> (дата обращения: 12.4.2019).
3. Механизм ОЭЗ по-прежнему неэффективен для российской экономики. / Пресс-центр Счетной Палаты РФ. [Электронный ресурс] URL: http://audit.gov.ru/press_center/news/34870 (дата обращения: 21.03.2019).
4. Бюллетень Счетной палаты. Результаты контрольного мероприятия. / П.4. Анализ результативности использования ОЭЗ как инструмента для достижения цели. №5 (221) 2016 г. [Электронный ресурс] URL: http://www.ach.gov.ru/activities/bulleten/bulletin-of-the-accounting-chamber-5-may-2016-php?sphrase_id=5651630 (дата обращения: 25.03.2019).
5. Level of GDP per capita and productivity. // The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). [Электронный ресурс] URL: http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=PDB_LV (дата обращения: 22.09.2018).
6. Иорисов Г. П., Княгинин В. Н. и др. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России. // Вопросы экономики. 2018. № 4. С. 5-25.
7. Rodrik D. Premature deindustrialization. Journal of Economic Growth. 2016. Vol. 21, No. 1, pp. 1-33.
8. Moskowitz S. L. The advanced materials revolution: Technology and economic growth in the age of globalization. 2009. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
9. Путин В.В.: РФ должна предоставить ученым такие условия, чтобы им хотелось работать в стране. // ТАСС-наука. [Электронный ресурс] URL: https://tass.ru/nauka/4942241?utm_source=twitter.com&utm_medium=social&utm_campaign=smm_social_share (дата обращения: 16.11.2018).
10. Почему экономика и образование РФ не успевают за остальным миром. [Электронный ресурс] URL: <https://fastsalts.com/sections/obzor/1688.html> (дата обращения: 16.5.2019).
11. Портер Майкл, Хампелманн Джеймс. Революция в производстве. / Harvard business review — Россия. [Электронный ресурс] URL: <https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a16698> (дата обращения: 18.5.2019).
12. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России. / Экспертно-аналитический доклад. М.: Центр стратегических разработок. 2017. [Электронный ресурс] URL: <https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/novaya-tehnologicheskaya-revolutsiya-2017-10-13.pdf> (дата обращения: 20.3.2019).
13. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf (дата обращения: 22.10.2018).
14. Выезд россиян на отдых за рубеж показал самый высокий рост с 2000 года. [Электронный ресурс] // Рата-нюс. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_15032018_2.stm (дата обращения: 22.05.2019).
15. Нашествие туристов: пять достопримечательностей под угрозой. / BBC-Russian. // [Электронный ресурс] URL: https://www.bbc.com/russian/features-43724473?ocid=socialflow_facebook (дата обращения: 22.11.2019).
16. Данные совместного исследования агентства по работе с репутацией в соцсетях Digital Guru и компании Brand Analytics. [Электронный ресурс] URL: https://kuban.rbc.ru/krasnodar/reenews/5bec35549a7947e3c0df5a3?from=regional_newsfeed (дата обращения: 22.3.2019).
17. Призрак Олимпиады: почему гостиницы в Сочи терпят убытки. [Электронный ресурс] // Forbes. URL: http://www.forbes.ru/biznes/357193-prizrak-olimpiady-pochemu-gostinicy-v-sochi-terpyat-ubytki?fbclid=IwAR2AEb_NNK_iYnE9Ca2CCQ8cBhd6Xe5PgeCCz19X1-yATod8tN-Fghnk64mc (дата обращения: 15.3.2019).
18. Россия потеряла лидерство среди зимних направлений отдыха. [Электронный ресурс] // Рата-нюс. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_16022018_1.stm (дата обращения: 15.07.2019).
19. Visa Global Travel Intentions Study 2017. [Электронный ресурс] URL: <https://usa.visa.com/travel-with-visa/global-travel-intentions-study>.

html (дата обращения: 12.6.2019).

20. *Travelers say technology is key to their travel experience.*
[Электронный ресурс] URL: <https://www.travelport.com/company/media-center/press-releases/2018-11-13/travelers-say-technology-key-their-travel-experience> (дата обращения: 30.7.2019).

Статья поступила в редакцию 31.08.2019

Статья принята к публикации 27.11.2019