

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/272190>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Туризм (другое)

Оглавление

Введение 2

1. Теоретические аспекты цифровых технологий в туристической деятельности 4

1.1 Тренды механизмы и особенности роли цифровых технологий в туризме 4

1.2 Влияние цифровых технологий на развитие туристического рынка 10

1.3 Проблемы цифровизации: плюсы и минусы применения информационных технологий в деятельности туристической организации 18

2. Анализ применения цифровых технологий в деятельности туристической компании, на примере ООО «Anex Tour» 31

2.1 Организационно- правовая характеристика компании 31

2.2 Анализ применения цифровых технологий в деятельности предприятия 35

2.3 Анализ влияния применения цифровых технологий на развитие и экономические показатели продаж в туристической компании 38

3. Рекомендованные мероприятия по внедрению цифровых технологий для повышения финансовых показателей рентабельности туристической компании 46

Заключение 60

Библиографический список 63

Введение

В последнее время такое явление как цифровизация набирает большие обороты в мире. Об этом можно судить на основе данных НАФИ [18], показывающих, что индекс цифровизации бизнеса вырос на 5 пунктов по сравнению с прошлым годом и интеграция цифровых технологий увеличилась на 31%. Также большой толчок к цифровой трансформации сферы услуг и туризма дает подрастание «детей 2000х», которые являются основными пользователями интернета и новых технологий.

По данным «Высшей школы экономики» [43] наибольшим уровнем владения цифровыми навыками в России обладают люди от 15 до 24 лет (96,3%, при этом 22,4% из них выше базового уровня) и от 25 до 34 лет (95%, где 18% - выше базового уровня). Также по другим данным от НАФИ в прошлом году вырос индекс цифровой грамотности населения в целом на 6%, в том числе и среди более старшего поколения.

Это подтверждает вышесказанное и подводит к актуальности работы, которая заключается в неизбежном переходе в цифровое пространство, откуда следует, что рынку необходимы более свежие цифровые решения, на основе которых будет представлен проект в данной работе.

Объект исследования - цифровые составляющие туристской деятельности ООО «Anex Tour».

Предмет исследования - анализ применения цифровых технологий в деятельности туристической компании, на примере ООО «Anex Tour».

Цель исследования - Рассмотреть преимущества развития цифровых технологий в туризме.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть тренды механизмы и особенности роли цифровых технологий в туризме.

2. Выделить влияние цифровых технологий на развитие туристического рынка.

3. Изучить проблемы цифровизации: плюсы и минусы применения информационных технологий в деятельности туристической организации.

4. Провести анализ применения цифровых технологий в деятельности туристической компании, на примере ООО «Anex Tour».

5. Провести анализ влияния применения цифровых технологий на развитие и экономические показатели продаж в туристической компании.

6. Предложить рекомендованные мероприятия по внедрению цифровых технологий для повышения финансовых показателей рентабельности туристической компании.

Методы исследования: анализ, сравнение.

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.

## 1. Теоретические аспекты цифровых технологий в туристической деятельности

### 1.1 Тренды механизмы и особенности роли цифровых технологий в туризме

Цифровизация в обществе является динамичным процессом. Внедрение цифровых технологий позволяет упростить доступ к услугам, сократить время на поиск продукции по интересующим параметрам, получить/предоставить услуги консультационного характера, физически не присутствуя в сервисной организации, минимизировать издержки на пользование услугами [1].

Бизнес-процессы в туризме все больше переходят в цифровое пространство [2]. Применение современных технологий повышает скорость работы в туристской отрасли [3].

В настоящее время туристический бизнес претерпевает значительные изменения. Это связано, в первую очередь, с влиянием вызовов, продиктованных экономическими, политическими и, самое главное, биологическими факторами. Эксперты пророчат туристическому бизнесу целый ряд изменений и трансформаций, которые в ближайшие годы могут серьезно изменить структуру мирового туристского рынка.

Цифровые решения рассматриваются как фактор, который оказывает существенное влияние на трансформацию туристической отрасли в настоящее время, и в будущем, как прогнозируют эксперты, его влияние лишь усилится. Цифровые сервисы называют одним из самых перспективных инструментов устойчивого развития туристического сектора и комплексного продвижения турпродуктов. Прогнозируется, что цифровые решения будут сопровождать туристов на всех этапах – от планирования отдыха до обмена впечатлениями после его завершения. Вместе с тем, несмотря на значительное количество научных исследований, посвященных цифровизации [1-6], вопросы цифрового обеспечения бизнес-процессов в сфере туризма освещены в научных кругах недостаточно. Это связано с высоким уровнем неопределенности на туристском рынке, быстрыми темпами развития инновационных цифровых технологий и невозможностью обеспечения высокого уровня достоверности прогнозов.

Современное состояние индустрии туризма характеризуется тяжёлым кризисом, вызванным пандемией COVID-19. По прогнозам UNWTO (United Nations World Tourism Organization - Всемирная туристская организация), доходы от международного туризма сократятся на 320 млрд долл., что более чем в три раза больше, чем во время глобального экономического кризиса 2009 г. [7].

С другой стороны, для уменьшения влияния негативных последствий пандемии бизнес-процессы в туризме все больше переходят в инновационное цифровое пространство – информационно-коммуникационную среду для взаимодействия с потребителями услуг и продвижения туристских возможностей туристических дестинаций.

Цифровизация – важнейший инструмент, который будет способствовать восстановлению и дальнейшему развитию сферы туризма после пандемии COVID-19.

Пандемия ускорила и без того высокие темпы внедрения цифровых технологий во все этапы формирования, продвижения и потребления турпродукта, внесла коррективы в функционирование туротрасли в целом и в поведение туристов в частности. Уже сегодня туризм и его стандарты значительно отличаются от того, что было на туристском рынке еще десять лет назад. Новейшие цифровые технологии способствуют увеличению комфортности и информированности туристов. Туристский спрос уже давно зависит не только от турагентства, но и от инфраструктуры, доступности информации, от работы систем бронирования, от инновационных технологий «smart-городов» [8].

Множество факторов, влияющих на туристический спрос, сформировали новое социокультурное явление – «умный турист», для которого цифровые коммуникации стали основным атрибутом качественного отдыха. Умный турист характеризуется новыми привычками поведения (уход от массового и пассивного туризма), новыми моделями потребления (использование интеллектуальных платформ, направленных на развитие туристических впечатлений), новыми бизнес-моделями (персонализированные услуги для удовлетворения специфических потребностей) и тесной связью с цифровыми технологиями и устойчивым развитием. Умный турист внимательно готовится к предстоящей поездке и ее организации, тщательно подбирает тур и его составляющие, зачастую самостоятельно организует путешествие. Для этого он использует множественные сервисы и сайты, читает статьи и отзывы, изучает возможности турдестинаций, в том числе цифровые. Анализ поисковых запросов платформы Google показывает, что в среднем на одного пользователя при планировании поездки приходится около 400 запросов [9]. На современном этапе более 75% путешествующих готовят поездку с помощью онлайн сервисов, таких как: бронирование гостиничных услуг Booking.com, сдача жилья в аренду AirBnB, дешевые авиабилеты, отели и аренда авто SkyScanner,

бронирование авиабилетов онлайн AviaSales, сообщество самостоятельных путешественников CouchSurfing и др.

По статистическим данным в европейских странах к традиционным туроператорам обращаются не более трети путешественников.

Онлайн-продажи - это достаточно удобно. Во-первых, люди покупают отдельно билеты и отели, составляя себе путешествие самостоятельно. Во-вторых, туристские агентства тоже выходят в онлайн, продвигая собственные укомплектованные туры [4]. Следовательно, онлайн-продажи становятся более популярным и удобным как туристов, так и туристских агенств, в связи с повышением качества цифровых технологий. Одной из современных форм цифровизации в туризме является создание мобильных приложений. Они становятся незаменимыми помощниками в поиске справочной информации о местонахождении туриста, об объектах его окружающих в месте временного пребывания. Например, приложение Google Maps, позволяющий пользователям добавлять фотографии и описания мест [15], оставлять отзывы, тем самым упрощая знакомство как местного населения, так и приезжих с объектами определённой территории [6]. Также это приложение позволяет построить маршрут с одной точки в другую с использованием автомобиля, общественного транспорта или пешком особенно очень удобно и полезно в случае путешествия в незнакомых местах. Ещё один пример приложения-это «МегаФон путешествия» [17]. В одном приложении можно забронировать железнодорожные билеты, авиабилеты, номер в гостинице, купить тур, оплатить страховку.

Также в туризме присутствует технология блокчейн. Названная технология предполагает нахождение данных о покупках туристских услуг в цифровом пространстве, что может помочь каждому из участников процесса оказания услуг по реализации туристского продукта ориентироваться на реальные сведения о потребителях при этом анализируя рекламные предложения для дальнейшего предугадывания потребностей. Например, авиакомпания S7 внедрением блокчейна для продажи билетов и регистрации пассажиров [28].

Появляется перспектива длительных путешествий без необходимости возить с собой документы и кошелек. В любой поездке это самые ценные вещи, о сохранности которых человек думает каждый день.

Можно рассмотреть цифровизацию самостоятельных туров. Большинство туристов имеют свободный доступ к и могут самостоятельно осуществить планирование своих туристских поездок без помощи профессионалов туристской деятельности туроператора или турагенства. Кроме того, значимой предпосылкой стало развитие самостоятельного автомобильного туризма, с каждым годом увеличивается количество личного автомобильного транспорта [9]. Также стоит отметить, что самостоятельный туризм, как самостоятельный вид деятельности, требует определённых знаний и умений для формирования грамотного цикла рекреационной деятельности вне среды, в которой проживает турист, подбор комплекса рекреационных занятий, отвечающих за полезность для потребителя туристских услуг [10].

Самостоятельная разработка маршрута и программы путешествий требует навыков поиска альтернативных вариантов осуществления путешествия.

В цифровой туристской сфере внедрение чат- ботов стало достаточно удобно. Примером такого чат- бота служит платформа для автоматизации процессов- Mindsay [11]. Эта система позволяет турагенствам автоматизировать до 80% запросов клиентов на 110 языках мира. Кроме того, Mindsay можно интегрировать более чем с 30 бизнес-платформами, что удобно для автоматизации заказов и бронирований [12].

Также достаточно применимая технология в сфере туризма - это виртуальная реальность. Например, американская компания Travel World VR предлагает туроператорам создавать vr-презентации своих туров. В обзор можно включить: мини-фильм о городах, странах, об отелях, пляжах. Идея продвижения виртуальных презентаций приносит положительный результат, так как у клиента увеличивается желание отправиться в реальное путешествие [13].

Стоит отметить, что голосовые помощники, так же применяются в туризме. Некоторые зарубежные авиакомпании используют сервисы, которыми можно воспользоваться через голосовых помощников: регистрация на рейс, получение информации о полёте, бронирование отеля.

Следует отметить, что объективные процессы в туристской отрасли в виде роста популярности самостоятельных туристских путешествий требует поиск путей удовлетворения общественной потребности в приобретении всех необходимых навыков в области организации самостоятельного туризма. Стоит отметить, открытие различных онлайн-школ для начинающих туристов, которые в дальнейшем в перспективе готовы самостоятельно создавать себе туры.

Также формой цифровизации туризма является технология блокчейн. Названная технология предполагает

нахождение данных о покупках туристских услуг в едином цифровом пространстве, что способно помочь каждому из участников процесса оказания услуг по реализации туристского продукта ориентироваться на реальные сведения о потребителях и предугадывать их потребности, персонализируя рекламные предложения [4]. В качестве примера можно привести авиакомпанию Lufthansa, которая уже начала сотрудничество с блокчейн-стартапом WindingTree в целях внедрения и оценки эффективности децентрализованных приложений для самостоятельных путешествий [35].

Другой формой цифровизации туризма является цифровизация самостоятельных туров, которые были затронуты выше. Действительно, информатизация российской экономики, как и большинства стран мира, приводит к тому, что многие туристы, имеющие зачастую свободный доступ к интернет-ресурсам, предпочитают самостоятельно осуществлять планирование своих туристских поездок, не прибегая к помощи профессионалов турбизнеса - туроператорам, турагентствам. Кроме того, значимой предпосылкой, влекущей за собой развитие, например, внутреннего самостоятельного автомобильного туризма, является рост количества личного легкового автотранспорта [46].

Ввиду этого в настоящее время значимым шагом в достижении обозначенной цели является создание так называемых школ «Путешествий для начинающих туристов», которые позволили бы повысить туристскую грамотность населения, реализующего самостоятельные туры. Подобные школы могут информировать начинающих туристов, пока еще не имеющих опыта организации самостоятельных путешествий, об алгоритме подготовки путешествия. В числе освещаемых вопросов могут быть такие, как, например, поиск вариантов туристских направлений, исходя из индивидуальных предпочтений и имеющегося бюджета домашнего хозяйства, выбор туристского направления, подходящего наилучшим образом для первого путешествия, знакомство с правовыми особенностями организации самостоятельного тура [7].

Таким образом, цифровизация туризма приобретает разнообразные формы проявления, к которым относятся и онлайн-покупка готовых туров, сформированных туроператорами, и разработка, и внедрение мобильных приложений, предназначенных в том числе для туристов, цифровизация самостоятельных туров посредством создания онлайн-школ начинающих путешественников и др. В перспективе цифровизация туризма будет сопровождаться дальнейшим процессом вытеснения с туристского рынка традиционных компаний с офлайн-офисами, развитием проектирования туров по параметрам, индивидуально заданным каждым конкретным клиентом, а, следовательно, преимущества в конкурентной борьбе получают те туристские организации, которые смогут наилучшим способом внедрить процесс кастомизации в оказание туристских услуг потребителям, превращая их из числа потенциальных клиентов не просто в реальных, но и в лояльных и, значит, постоянных, обеспечивая себе выживание в долгосрочной перспективе на основе стабильно высоких показателей прибыли и рентабельности [8].

## 1.2 Влияние цифровых технологий на развитие туристического рынка

Многие национальные туристские администрации обратили внимание на возможность применения результатов обработки больших данных в целях планирования и стратегического развития туризма. Так, Национальный совет по туризму Катара заключил договор с компанией Vodafone Qatar об использовании их сервисов по обработке больших данных для анализа поведенческих моделей путешественников с целью более глубокого их изучения. Предполагается изучение основных тенденций в потребностях туристов с учетом национальности и целей путешественников, что позволит выявить самые посещаемые туристские места с учетом сезонного спроса, оценить наиболее востребованные туристские маршруты, определить время, затрачиваемое на осмотр достопримечательностей [10].

Полученная информация позволит более точно сегментировать туристские потоки, приезжающие в Катар, диверсифицировать предлагаемые туристские продукты, повысить уровень персонализации туристских предложений, улучшить маркетинговую и турист высоко ценит те персональные предложения, которые ему делает турфирма с учетом его предпочтений. Для того, чтобы понять желания и будущее поведение клиента, необходимо получить и обработать огромные массивы информации, характеризующие его прошлое туристское поведение и предпочтение. Все вышесказанное подтверждает необходимость использования современных цифровых технологий в индустрии туризма и гостеприимства.

Вопросы изучения направлений использования цифровизации в сфере туризма и гостеприимства представлены в работах российских и зарубежных исследователей [3, 6, 7, 8].

К ключевым факторам, влияющими на туристскую индустрию, являются следующие:

- цифровизация основных бизнес-процессов в туризме,
- смена поколений и формирование нового типа цифровых туристов,
- формирование экономик нового типа Sharing Economy, экономики впечатлений,
- возможность удаленного доступа к услугам (онлайн турагентства),

- персонализация услуг для туристов.

К основным цифровым технологиям, которые начали применяться в туристской и гостиничной индустрии, относятся

технологии больших данных (Big Data), блокчейн (blockchain), искусственный интеллект (AI), Интернет вещей (Internet of Things — IoT), виртуальная (VR) и дополненная (AR) реальность, мобильные приложения и т. д.

Технологии обработки больших данных (Big Data) применяются для того, чтобы получить полную и исчерпывающую информацию о путешественниках с точки зрения их предпочтений, будущих намерений и желаний, что позволит обеспечить персонафикацию обслуживания туристов. Анализ поисковых запросов и информации из социальных сетей позволяет изучить опыт потенциальных потребителей, правильно выстроить маркетинговые стратегии работы с целевой аудиторией, сформировать основу для персонафикации предложений. С учетом возможностей искусственного интеллекта получают вознаграждение за предоставление данных и просмотр адресных сообщений. Возможности технологии блокчейн с ее распределенной системой обработки данных могут служить основой для реализации моделей динамического формирования туристских продуктов и ценообразования, в рамках которой по желанию заказчика в режиме реального времени можно составлять различные комбинации туристского продукта. Цифровизация приводит к формированию новых экономических отношений между всеми участниками туристского рынка. В качестве примера можно привести цифровую платформу WindingTree, основанную на блокчейн-технологии, которая реализует процесс взаимодействия экономических субъектов туристского рынка без участия традиционных посредников. За счет отказа от комиссии дополнительным посредникам снижаются затраты и, как следствие, удешевляется конечный туристский продукт. Цифровую платформу WindingTree успешно применяет авиакомпания Lufthansa. Аналогичные блокчейн-инструменты применяются в аэропорту Дубай (ОАЭ), в транспортной системе Японии и Южной Кореи и др.

Технологии «интернета вещей» широко применяются в индустрии гостеприимства для создания комфортной среды в номере, позволяет гостю самостоятельно устанавливать температурный режим, уровень освещения, управлять отдельными устройствами в номере и т. п.

Технологии виртуальной и дополненной реальности используются как инновационный инструмент при продвижении туристских продуктов и услуг, позволяющий продемонстрировать виртуальное путешествие, организации и проведении экскурсий и т. п.

Мобильные приложения стали неотъемлемым атрибутом путешественников, предоставляют им разнообразные цифровые сервисы, включая бронирование услуг, получение справочной информации и т. п. Уровень цифровизации в туризме непосредственно зависит от наличия цифровых компетенций у работников предприятия туристской индустрии. Высокая технологичность основных бизнес-процессов в туризме влечет за собой необходимость постоянного повышения рекламную стратегию продвижения страны на мировом туристическом рынке.

Аналогичные примеры есть в практике российского туризма. Правительство Пермского края заключило соглашение с Мегафоном об использовании технологии Big Data для изучения туристских потоков региона [11]. Информационную базу исследования составят обезличенные данные сотовых операторов о поле, возрасте приезжающих в Пермский край путешественников, их предпочтениях, сроке пребывания в дестинации, посещаемых туристских местах и т. п. Вся эта информация послужит основой для создания научно-обоснованных и статистически выверенных стратегических планов развития туристской деятельности в этом регионе.

Компания «Русатом: инфраструктурные решения», входящая в госкорпорацию Росатом, также подключилась к решению проблемы использования технологии Big Data в сфере туризма. На основе данных о поведении пользователей в цифровой среде, включая отзывы на сайтах и форумах, поведение в поисковых сервисах и социальных сетях, связанное с туризмом, собираются большие массивы информации, которые после аналитической обработки предоставляют регионам уникальную информацию для разработки стратегий развития регионального туризма [12]. Совместные проекты уже реализованы в Нижегородской области (Саров), Ставропольском крае (Железноводск), Мурманске, Томске.

Библиографический список

1. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://nafi.ru>. (дата обращения: 26.05.2022)
2. Багаева, Н. У. Развитие цифровизации в индустрии туризма / Н. У. Багаева // Развитие региональной экономики в условиях цифровизации : сб. науч. тр. / Чеченский гос. ун-т. - Грозный, 2018. - С. 738-743.

3. Бездудная, А. Г. Цифровизация управленческих решений в сфере работы с клиентами: направления и пути развития / А. Г. Бездудная, М. Г. Трейман, О. Н. Чечина, О. С. Чечина // Вестник факультета управления СПбГЭУ / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - Санкт-Петербург, 2019. - № 5. - С. 3-8.
4. Беляков К., Гаврилюк А., Ищенко А., Поселова Т., Пятаева О., Рагозин П., Тищенко Е., Тищенко С., Хворостяная А., Новикова Ю., Шелехова М., Шипицын Е., Энгватова А., Уайт К. Трансфер технологий в цифровой экономике. - М.:, 2020. - 230 с.
5. Блокчейн в сфере туризма - проблемы и перспективы [Электронный ресурс] : портал про интернет Guland. - 2018. - Режим доступа: <https://guland.org/kriptoalyuta/blockchain/blokcheyn-i-turizm.htm>. (дата обращения: 26.05.2022)
6. Брадул Н.В., Лебезова Э.М. Концептуализация понятия «Smart Government»: наукометрический подход / Н.В. Брадул, Э.М. Лебезова // Управленец. - 2020. - Т. 11. - № 3. - С. 32-44.
7. Бровко С.Б., Солод Т.В. Специфика реагирования индустрии туризма на глобальные экономические риски // Экономические отношения. - 2020. - № 4. - с. 1025-1038. - doi: 10.18334/eo.10.4.111142.
8. Бухтиярова, Т. И. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Бизнес и общество / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - Челябинск, 2019. - №2 1 (21). - С. 22
9. Верников, В. А. Стратегическое планирование и управление производительностью труда в сфере цифрового предпринимательства путем развития предпринимательских компетенций / В. А. Верников, Ш. Б. Хамбазаров // Вестник МИРБИС / Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС. - Москва, 2019. - № 2 (18). - С. 38-44.
10. Вишневская Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2019. - № 4. - с. 12-24.
11. Гаврилюк А.В. Сущность, формы реализации и функциональное назначение трансфера технологий // Экономика и управление народным хозяйством. Экономические науки. - 2018. - № 4(161). - с. 15-20.
12. Гарифьянова В.И. Исследование возможностей цифровизации в индустрии международного туризма / В.И. Гарифьянова, А.М. Галимов // Казанский вестник молодых учёных. - 2019. - Т. 3. - № 2 (10). - С. 157-164.
13. Григорьева Н.С. Влияние качества образовательных услуг на экономическое развитие региона // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. - 2017. - № 1- 1. - С. 10-14.
14. Григорьева Н.С. Возможности и перспективы развития сельского туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - 2020. - № 1 (116). - С. 24-28.
15. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. - 2020. - № 1. - С. 115-120.
16. Григорьева Н.С. Приоритетные направления повышения социально- экономической эффективности государственного регулирования малого бизнеса // Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России: Сборник докладов международной научно-практической конференции. - 2011. - С. 101-107.
17. Григорьева Н.С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. - 2019. - Т. 5, № 2. - С. 47-52.
18. Григорьева Н.С., Александрова К.В. Цифровые технологии как средство восстановления предприятий туристической индустрии после кризиса 2020 года // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. - 2020. - № 2. - С. 326
19. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Необходимость повышения конкурентоспособности вуза на современном этапе развития экономики // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - 2018. - № 8 (99). - С. 7-9.
20. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Стратегические направления инновационного развития регионов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - 2017. - № 6 (85). - С. 22-25.
21. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я., Дынник Д.И. Цифровая трансформация системы управления туристским комплексом // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - 2021. - № 1 (128). - С. 40-44.
22. Григорьева Н.С., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. - 2017. - № 1. - С. 22-26.
23. Гудков А.А. Цифровизация туризма: поведение туристов в пандемию / А.А. Гудков, Д. Алиева //

- Экономическое развитие региона: управление, инновации, подготовка кадров. – 2020. – № 7. – С. 102-107.
24. Дагман С. Концептуальные подходы к устойчивому туризму на основе использования интегральных методов маркетинга // Экономические отношения. – 2019. – № 4.
25. Денисов И.В., Петренко Е.С. Государственное управление развитием туризма в Казахстане: кластерный подход // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 12. – с. 3359-3374.
26. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19. Бюллетень о текущих тенденциях Российской Экономики. [Электронный ресурс]. URL: [https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE\\_68.pdf](https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf)
27. Дятлов С., Марьяненко В.П., Селищева Т.А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование. / монография. - СПб.: Астерион, 2008. – 416 с.
28. Козлов Д.А. Российский туризм в разрезе анализа поисковых запросов // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта: Сб-к статей. – М., 2019. – С. 47-51.
29. Колычева Ж.Я. Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 46-51.
30. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Мультипликативный эффект от предпринимательских воздействий в инфраструктурную сферу региона// Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – № 2 (69). – С. 28-32.
31. Костин К.Б., Березовская А.А. Современное состояние и перспективы развития мирового электронного бизнеса // Российское предпринимательство. – 2017. – № 24. – с. 4071-4086.
32. Кравченко А. В., Бойко В. В. Цифровизация туристической отрасли в ПООТ-COVID-19 период. Электронно-научное специализированное издание " Эффективная экономика". [Электронный ресурс]. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2\\_2021/98.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/98.pdf) (дата обращения: 24.04.2022).
33. Кузнецов, Н. В. Цифровизация экономики России: институциональные драйверы / Н. В. Кузнецов // Теория и практика общественного развития / Государственный университет управления. - Краснодар, 2019. - № 4 (134). - С. 75-78.
34. Кузнецова О.П., Косьмин А.Д. Туризм как драйвер социально-экономического и социокультурного развития страны // Экономические отношения. – 2019. – № 3. – с. 2165-2178.
35. Латынцев А.В. Предложения по определению термина «трансфер технологии» // Журнал российского права. – 2017. – № 4. – с. 65.
36. Лебезова Э.М. Устойчивый туризм как неотъемлемая часть устойчивого развития непризнанных территорий / Э.М. Лебезова // ИНТЕРКАРТО/ИНТЕРГИС. - 2016. - № 22 (2). – С. 191-201.
37. Мамраева Д.Г. Цифровизация индустрии туризма: ключевые тренды / Д.Г. Мамраева // Цифровые технологии в экономике и промышленности (Экопром-2019): сборник трудов национальной научно-практической конференции с международным участием / Под ред. А.В. Бабкина. – СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – С. 306-316.
38. Мегарплан - CRM система автоматизации бизнеса и управления клиентами [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://megarplan.ru/>(дата обращения: 26.05.2022)
39. Минеева, В. М. Цифровизация предпринимательских структур как основа их конкурентоспособности / В. М. Минеева // Путеводитель предпринимателя / Уфимский государственный нефтяной технический университет. - Москва, 2019. - № 42. - С. 143-150.
40. Морозов М.М. Цифровизация бизнес-процессов в туризме и гостиничном бизнесе // М.М. Морозов // Туризм и гостеприимство в мейнстриме цифровой экономики: Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции / Отв. ред. О.К. Слинкова. - Белгород: БелГУ: НИУ "БелГУ", 2020. – С. 82-85.
41. Овчаренко Л.А. Инновационные тенденции развития туризма и сферы гостеприимства в условиях современных вызовов / Л.А. Овчаренко, Т.А. Завацкая, А.А. Калита // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы межд. науч.-практ. конф., 21-22 октября 2020, г. Донецк / ГОУ ВПО «ДонаУИГС». – Донецк: ДонаУИГС, 2020. – С. 454-459.
42. От санитэгинга до дьюти-фри в виртуальной реальности: 10 тревел- технологий посткоронавирусной эпохи [Электронный ресурс] : новость. - 2020. - Режим доступа: <https://www.skyscanner.ru/news/travel-tech-post-coronavirus>. (дата обращения: 26.05.2022)
43. Пастухова, А. Э. Цифровые технологии как драйвер развития предприятий индустрии туризма в россии (accessible tourism) / А. Э. Пастухова // Российские регионы: взгляд в будущее / Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2019. - № 2. - С. 150-166.
44. Плахотник О.О. Конспект лекций по дисциплине «Трансфер технологий» для соискателей высшего

- образования второго (магистерского\_ уровня всех специалистов). - Камянское: ДДТУ, 2017. – 67 с.
45. Постановление Правительства Российской Федерации от 30 сентября 2020 г. № 1567 О внесении изменений в Правила предоставления в 2020 году из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных карт» на стимулирование доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги. [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/74700870/> (дата обращения: 24.04.2022).
46. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] : распоряжение от 28 июля 2017 г. № 1632-р // Официальный сайт Правительства России. - Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> f. (дата обращения: 26.05.2022)
47. Радван Ю. Цифровизация в сфере туризма / Ю. Радван // Современные аспекты экономики. – 2020. – № 5-2 (273). – С. 13-18.
48. Разинков А. Коронавирус сформировал новые тренды в туризме. Специальный проект «Ведомости». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2021/05/12/869463-koronavirus-turizme> (дата обращения: 26.01.2022).
49. Розгон О. В. Организационные формы трансфера технологий в инновационном процессе // Право и инновации. – 2021. – № 1 (33). – с. 14-21.
50. Рынок онлайн-бронирования средств размещения: вопросы конкуренции [Электронный ресурс] : Бюллетень о развитии конкуренции / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации . - 2020. - Режим доступа: [https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/konkurentia/\\_KONKypeHUN4\\_ceHT\\_20\\_web.pdf](https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/konkurentia/_KONKypeHUN4_ceHT_20_web.pdf)(дата обращения: 26.05.2022)
51. Рытова, Н. С. Цифровизация как определяющий фактор современности в мировой экономике / Н. С. Рытова // Экономика: вчера, сегодня, завтра / Российский университет дружбы народов. - Москва, 2018. - № 12А. - С. 547-553.
52. Справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым за 2020 год [Электронный ресурс] : Министерство курортов и туризма Республики Крым. - 2020. – Режим доступа: [https://mtur.rk.gov.ru/uploads/txtditor/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e980\\_0998ecf8427e/phpjPkkro\\_1.pdf](https://mtur.rk.gov.ru/uploads/txtditor/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e980_0998ecf8427e/phpjPkkro_1.pdf). (дата обращения: 26.05.2022)
53. Статистические показатели, характеризующие развитие туристской отрасли в Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoj-otrasli-v-rossijskoj-federatsii/> (дата обращения: 24.04.2022).
54. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс] : распоряжение от 20 сентября 2019 г. № 2129 - р // Официальный сайт Правительства России. - Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/upload/iblock/298/СТpaTerM%20pa3Bm™%20ТурНЗМа%20Н а%20период%20до%202035%20года>(дата обращения: 26.05.2022)
55. Теодорович Н. Н., Муравьев И.Б. Роль информационных технологий в развитии турбизнеса // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – № 1(20). – с. 193–206.
56. Терехова С.В. Трансфер технологий как элемент инновационного развития экономики // Проблемы развития территории. – 2010. – № 4. – с. 31-36.
57. Терехова С.В. Функционирование центра трансфера технологий: опыт ИСЭРТ РАН. [Электронный ресурс]. URL: <https://econ.wikireading.ru/427333642> (дата обращения: 28.04.2022).
58. Туризм в цифре: как VR и другие технологии меняют туристический бизнес [Электронный ресурс] : медиапортал Rusbase. - 2020. - Режим доступа: <https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/>.(дата обращения: 26.05.2022)
59. Туризм в эпоху пандемии: Черное море вместо Средиземного, Петербург вместо Парижа. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/news/expertise/452697792.html> (дата обращения: 26.05.2022)
60. Туризм переходит на «блокчейн» [Электронный ресурс] : туристический портал Туропром. - 2019. - Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/news/42489/>.(дата обращения: 26.05.2022)
61. Уровень владения цифровыми навыками в России и странах ЕС [Электронный ресурс] : статистика. - 2020. - Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/377859466.html>. (дата обращения: 26.05.2022)
62. ФАС в СМИ: срок исполнения предписания для booking.com приостановлен из-за обжалования решения - ФАС [Электронный ресурс] : Федеральная антимонопольная служба / Источник - ТАСС. - 2021. - Режим доступа: <https://fas.gov.ru/publications/22650>(дата обращения: 26.05.2022)
63. ФАС России признала компанию booking.com нарушившей антимонопольное законодательство [Электронный ресурс] : Федеральная антимонопольная служба - 2020. - Режим доступа: <https://fas.gov.ru/news/31001>(дата обращения: 26.05.2022)

64. Цифровая трансформация 2030 [Электронный ресурс] : концепция / ПАО «Россети». - Москва, 2018. - Режим доступа: [https://www.rosseti.ru/investment/Kontseptsiya\\_Tsifrovaya\\_transformatsiya\\_2030.pd](https://www.rosseti.ru/investment/Kontseptsiya_Tsifrovaya_transformatsiya_2030.pd) (дата обращения: 26.05.2022)
65. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса : монография / Т. К. Оганесян [и др.] ; отв. ред. Д. С. Медовникова - Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2017. - 121 с.
66. Черевичко Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления / Т.В. Черевичко, Т.В. Темякова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. - 2019. - Т. 19. - № 1. - С. 59-64.
67. Черевичко, Т. В. Цифровизация туризма: формы проявления / Т. В. Черевичко, Т. В. Темякова // Известия Саратовского университета. Новая серия / Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского. - Саратов, 2019. - № 1. - С. 59-64.
68. Черешнев, М. А. Разработка и реализация стратегии цифровизации [Электронный ресурс] / М. А. Черешнев, А. А. Никитченко // ФРЦЭ. - 2020. - Режим доступа: <https://vc.ru/u/558207-frce/144192-razrabotka-i-realizaciya-strategii-cifrovizacii>. (дата обращения: 26.05.2022)
69. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение : монография / Г. И. Абдрахманова [и др.] - Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2019. - 82 с.
70. Швец В. Я., Баранец Г.В. Трансфер инноваций в логистических системах. / учеб. пособие. - НГУ, 2015. - 219 с.
71. Шевелюк М. М. Цифровизация в сфере туризма: инновационные тренды и приоритетные направления развития // Вопросы культурологии. - 2021. - № 38. - с. 226-235.
72. Шостак М.А., Яковлева М.А. Интернет-сервисы в туризме: классификационный подход // Экономика, предпринимательство и право. - 2020. - № 5. - с. 1463-1480.
73. Щерблякин В. Н., Ершов А. С. Качество горизонтального трансфера интеллектуальной собственности // Транспортное дело России. - 2011. - № 5. - с. 72.
74. «Государственное управление». Вып. 18: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонаУиГС». - Донецк: ДонаУиГС, 2020. - № 18. - С. 60-71.
75. Цифровая трансформация в туризме: тренды 2020 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformaciya-v-turizme-trendy-2020>
76. Когда туристы снова смогут путешествовать и как будет выглядеть туризм после пандемии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.interfax.ru/world/703736>
77. Магия чисел: турбизнесу пророчат трансформацию. Цифровизация в ближайшие годы может изменить всю структуру [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://iz.ru>
78. ETravel в России - 2019 [Электронный ресурс] : статистика и тенденции. - 2019. - Режим доступа: <https://www.datainsight.ru>. (дата обращения: 26.05.2022)
79. IP-телефония для бизнеса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://beeline.ru/business/telephony/telephony-for-business/>.(дата обращения: 26.05.2022)
80. Website Traffic - Intelligence and Analytics [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.similarweb.com>. (дата обращения: 26.05.2022)

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/272190>