

Copyright © 2019 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2019, 13(2): 191-203

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 338.48

## Problems of the Formation of Tourist Technological Platforms in Russia

Vladimir N. Sharafutdinov <sup>a</sup>, Elena V. Onishchenko <sup>a,\*</sup>

<sup>a</sup> Sochi Research Center of the Russian Academy of Sciences, Sochi, Russian Federation

### Abstract

The article discusses the nature and necessity of introducing a platform approach to managing the tourist sector of the Russian economy. The authors put forward the hypothesis, that at the moment the most important condition for the formation of a mechanism for determining the directions of technological breakthroughs in the domestic tourism industry, including at the regional level, is the creation of tourist technology platforms. First of all the union of representatives of the state, business, science and education, society, should be aimed at ensuring the technological independence of Russia, the formation of common approaches to the creation of competitive regional, country and international tourist products. The controversial and complex problems of the theory and practice of the development of tourism in Russia are revealed; new elements are proposed in the architecture of existing tourist technology platforms, the inclusion of which, according to the authors, can not only give a good impetus to the development of tourism in the regions, but also significantly increase the efficiency of using the country's richest tourist potential.

**Keywords:** tourism, tourist sector, regional tourism products, tourism technology platform, monitoring of tourism resources.

### 1. Введение

Сегодня туристский сектор мировой экономики является уже явно выраженным драйвером социально-экономического развития многих регионов мира, выйдя к началу XXI века на качественно новый уровень – от точечного развития (Париж, Лондон, Рим, Ницца, Карловы Вары и др.) к целостному туристскому пространственному развитию в масштабе не только отдельных регионов, но и целых стран, и континентов (Европейская Шенгенская зона, Северо-Американская туристская зона, проект Великого Шёлкового пути, инициированный Китаем с охватом широких коридоров всего евразийского пространства и др.). Одной из главных причин выхода на уровень региональных туристских пространств, безусловно, стал успешный опыт использования интегрального или платформенного подхода, по нашему мнению, являющегося в современных условиях обязательным условием повышения конкурентоспособности отечественных региональных турпродуктов.

### 2. Материалы и методы

Для написания статьи использованы стратегические документы государственной политики Российской Федерации, обеспечивающие научно-технологическое и инновационное развитие страны на период до 2030 г., материалы журнальных и монографических исследований зарубежных и отечественных учёных, ресурсы Интернет,

\* Corresponding author

E-mail addresses: [elon@list.ru](mailto:elon@list.ru) (E.V. Onishchenko), [398993@gmail.com](mailto:398993@gmail.com) (V.N. Sharafutdinov)

а также результаты собственных исследований авторов, посвящённые проблемам обеспечения конкурентоспособности крупномасштабных региональных турпродуктов.

В работе применялись общенаучные методы и специфические экономические приёмы исследования: описательный метод, структурно-функциональный анализ, аналитический метод, метод сравнительного анализа, систематизации и интерпретации данных.

### 3. Обсуждение

Понятие «технологическая платформа» в теории и практике общественного воспроизводства зародилось в начале XXI века в европейском экономическом и культурном пространстве. Впервые официально оно было использовано в 2004 году Еврокомиссией с целью определения приоритетных научно-технических направлений развития Евросоюза для решения задачи технологической независимости Европы. По определению Еврокомиссии, *технологическая платформа* (далее – ТП) – это «объединение представителей государства, бизнеса, науки и образования вокруг общего видения тренда научно-технического развития и формирования общих подходов к развитию и промышленному освоению соответствующих технологий». По мнению комиссии, в рамках ТП «особое внимание должно уделяться определению основных направлений стратегических исследований и мобилизации усилий на соответствующих научных исследованиях и инновациях» (Механик и др., 2011).

По прошествии порядка семи лет понятие ТП было официально введено в теорию и практику в нашей стране. Но при этом его смысл несколько изменился. Причём, на наш взгляд, не в лучшую сторону за счёт определённого смещения смысла со стратегической составляющей в его содержательной части («технологическая независимость Европы») на «коммерческую», «коммуникационную». Так, в определении приоритетных научно-технических направлений развития экономики России уже не оказалось акцентирования на её технологической независимости, в отличие от определения ТП у наших западных коллег. В частности, у нас при утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, в Распоряжении Правительства РФ определено, что ТП – это некий, по сути, нейтральный «коммуникационный инструмент», направленный на «активизацию усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов, на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок на основе участия всех заинтересованных сторон (бизнеса, науки, государства, гражданского общества), совершенствование нормативно-правовой базы в области научно-технологического и инновационного развития» (Об утверждении Стратегии..., 2011).

Есть и другие значимые нюансы в понимании и практической реализации платформенного подхода в современной теории и практике, которые важно учитывать. *Во-первых*, если в экономическом пространстве Европы идёт активное поощрение использования платформенного подхода в бизнесе, науке, причем, прежде всего, с позиций поощрения научных и бизнес-инициатив, вовлечение в этот процесс источников финансирования, в основном, со стороны самого бизнеса, то у нас пока ситуация иная. Первоначально государство до сих пор пытается определять, в каких отраслях и сферах бизнеса, науки, образования нужно использовать платформенный подход, а в каких в этом нет необходимости (Перечень..., 2012). В том числе, и в выделении для этого бюджетных финансовых источников для придания им статуса целевого использования при распределении бюджетных ресурсов всех уровней на поддержку НИР, связанных с разработкой и реализацией проектов ТП, включая уровни регионов и муниципалитетов.

*Во-вторых*, практически во всех развитых странах платформенный подход уже широко используется не только в сфере естественных наук и отраслях так называемого реального сектора, но и в гуманитарных сферах теории и практики. А фактически уже во всех сферах и отраслях общественного воспроизводства, включая, что очень важно с точки зрения проблематики данной статьи, и туристский сектор. По-видимому, это могло стать одной из основных причин того, что благодаря широкому использованию платформенного подхода в туристском секторе многих развитых стран, он уже прочно обосновался в лидирующей группе секторов мировой экономики.<sup>3</sup> О чём подробнее будет сказано несколько ниже.

<sup>3</sup> Показательно, что в проекте Программы фундаментальных научных исследований Российской академии наук на 2020–2030 гг., предложения со стороны СНИЦ РАН, специализировавшегося на

*В-третьих*, что весьма существенно, в настоящее время именно туристский сектор в развитых странах фактически начинает завоёвывать лидерские позиции не только по таким параметрам развития, как объёмы доходов, занятость, капиталовложения, но и разработка и использование самых передовых технологий. Это обусловлено тем, что туристский сектор, опережая темпы развития мировой экономики, не просто начал наиболее активно использовать современное мировое информационное, интернет-, культурно-историческое, экономическое, экологическое, социальное, виртуальное пространства, но и крупномасштабно системно и комплексно участвовать в развитии туристских пространств, целостно охватывая и регионы, и межгосударственные образования (Шенгенская зона, Северная Америка, Великий шёлковый путь и др.), даже начиная выходить за пределы пространства нашей планеты. Возможно, именно поэтому туристский сектор экономики в настоящее время начал определяться одним из «самых креативных» (Декларация..., 2013), прежде всего в силу того, что ежегодно начал выводить за рамки рабочего времени и пространства бытия человека огромные массы и неуклонно нарастающую долю населения планеты. При этом раскрывая самые широкие перспективы поиска новых ресурсов и технологических способов раскрепощения человека на пути сохранения и развития его духовного, физического потенциала и саморазвития. Причём, что принципиально важно, в свободных пространственно-временных координатах своего бытия, в границах целенаправленно развивающихся туристских пространств многих, прежде всего развитых государств, уже не сковывая развитие человеческого потенциала рамками стоимости рабочей силы под жёсткой рыночной оболочкой человеческого капитала (Романова и др., 2019).

В этих условиях очевидно, что современная практика развития туризма в мире, уже всё более основательно начинает опираться на национальные проекты туристских ТП, твёрдо нацеленные на завоевание лидерских не только технологических позиций, но и опираясь на них, творчески изыскивая способы утверждения своего геополитического, геоэкономического, цивилизационного превосходства, не в последнюю очередь посредством использования «мягкой силы» туризма (Шарафутдинов и др., 2017). Весьма характерно, что эффективность проектов по созданию, функционированию и развитию туристских технологических платформ, работающих на базе партнёрских отношений бизнеса, науки, государства, экспертного сообщества, наглядно доказана не только в Евросоюзе, но уже и в других регионах мира.

Главной причиной быстрого успеха при реализации проектов ТТП стало стремительное насыщение туристского сектора современной экономики развитых стран информационными технологиями, позволяющими за счёт цифровизации оперативно обрабатывать, интегрировать глобальные массивы межотраслевых данных, извлекая из них ценнейшую информацию стратегического и оперативного характера. Но главное – эффективно использовать её в своих цивилизационных, экономических интересах, в том числе начиная регулировать посредством национальных ТТП в глобальных масштабах направления и объёмы международных и внутренних турпотоков. При этом преследуя, в том числе и цели управления глобальными финансовыми потоками, генерируемыми туристским сектором мировой экономики, вовлекая их, прежде всего, в экономические и цивилизационные пространства развитых стран. Не случайно, что сегодня основные доли мировых туристских и финансовых потоков генерируются развитыми странами и практически ими же поглощаются. Отсюда и стремительный рост небольших бизнес-проектов в информационном пространстве регионов экономически развитых стран по формированию гигантских туристских ТП транснациональных компаний, с широкой партнёрской сетью по всему миру. Таким образом, эволюционируя в полноценные туристские технологические платформы, увязывающие в органическое целое как интересы туристов и местного населения, так и бизнеса, власти, науки и общества на основе регулирования воспроизводства уже крупномасштабных региональных турпродуктов самых разных типов и масштабов. При этом, что очень важно, постепенно переходя от точечного туристского освоения своих территорий, что сегодня ещё пока характерно для развития туризма в России (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Сочи, Байкал и др.), к развитию своих целостных туристских пространств, охватывающих целые страны и межгосударственные образования.

---

исследовании проблем развития туризма, о включении в план НИР тематики создания туристских технологических платформ не были поддержаны Президиумом РАН и в план не включены.

С этих позиций необходимо внимательное изучение мирового опыта использования технологического подхода для решения проблем развития сферы туризма, который в определённой степени поучителен, но вместе с тем, на наш взгляд, ещё далеко не исчерпал свой огромный научно-технологический потенциал. В этой связи интересен и весьма полезен опыт разработки и реализации европейского туристского социального проекта, получившего развитие с 2008 г. Речь идёт о проекте «Калипсо» на основе создания интернет-платформы «eCalypso» (Силва Дани, 2014). Целью проекта являлось создание и развитие виртуальной интернет-платформы, способной регулировать соотношение спроса и предложения на востребованные для развития современной европейской экономики турпродукты, которые были бы доступны для слабо социально защищённых целевых групп. При этом, не ослабляя, а усиливая социально-экономическое развитие стран-участников данного проекта. Такими целевыми группами европейского населения были определены пожилые люди, молодежь в возрасте от 18 до 30 лет, семьи с ограниченным уровнем доходов и инвалиды. Причём одновременно ставились задачи, как развития социального капитала, так и повышения эффективности туристского бизнеса, особенно в межсезонные периоды.

Участниками проекта стали: Австрия, Бельгия, Болгария, Греция, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Мальта, Польша, Португалия, Румыния, Словакия, Словения, Турция, Франция, Хорватия, Венгрия, Чешская Республика. Проект активно развивается и сегодня, в частности, активно продвигает тщательно отобранные культурные маршруты (которых в настоящее время порядка 21) по таким культурно-историческим и природным достопримечательностям Европы, которые бы, прежде всего, демонстрировали особенности и преимущества европейской цивилизации (Либерос Ален, 2014). При этом интернет-платформа «eCalypso» строго «привязана» к пространству воспроизводства турпродуктов в Евросоюзе; рассчитана на заданные целевые группы; представлена на 3-х языках (английский, французский, испанский), но пока форум и мобильные приложения отсутствуют, хотя и интенсивно разрабатываются. Примерная посещаемость платформы «eCalypso» за день, месяц и год представлена в Таблице 1.

**Таблица 1.** Посещаемость платформы «eCalypso» (по состоянию на 03.04.2018 г., тыс. чел.)

Название домена	Посещаемость, тыс. чел.					
	за день		за месяц		за год	
www.ecalypso.eu	Посетителей	51	Посетителей	1,529	Посетителей	18,605
	Просмотров	204	Просмотров	6,120	Просмотров	74,460

Источник данных: [www.ecalypso.eu](http://www.ecalypso.eu)

Весьма характерно, что сам проект, по расчётам его инициаторов, прибыльный, несмотря на то, что носит в основном социальный характер. Как показывают расчёты разработчиков европейского социального турпродукта, в рамках данного проекта ТТП это стало возможным за счёт вовлечения выше указанных социальных групп во внутренние и въездные турпотоки, в основном в межсезонные периоды. Это позволяет за счёт турпотока в объёме порядка 125 млн. туристов в год и генерируемого им финансового потока, обеспечить круглогодичную работу транспорта, ресторанных, торговых сетей, музеев и круглогодичное поддержание доходов всех отраслей и сфер туристских секторов экономики стран-участников проекта. В том числе поддержание доходов бюджетов всех уровней (включая семейные), как европейских туристов, так и производителей огромного и неуклонно растущего разнообразия европейских турпродуктов. Именно такого рода высокотехнологическая стратегия развития туризма позволила на каждые вложенные 100 млн. евро, возвращать примерно порядка 160 млн. евро, превращая проект в прибыльный и, одновременно, весьма социально значимый.

Особого внимания заслуживает опыт компании TripAdvisor (США), партнёрский проект которой с 2000 года превратился в универсальный гид для путешественников. Сегодня на платформе можно найти не только отзывы о разнообразных гостиницах, но и информацию о достопримечательностях, экскурсиях, способах путешествия, ресторанах и о многом другом. Ежемесячно сайтом пользуются в среднем 455 млн. человек со всего мира. Согласно исследованию Worldwide Path to Purchase, проведённому американской аналитической компанией ComScore в 2017 году, TripAdvisor является самым посещаемым

сайтом при бронировании путешествия (60 % всех онлайн-покупателей во всем мире посещают TripAdvisor). База данных платформы содержит более 600 млн. отзывов и мнений более чем о 7,5 млн. турпродуктов со всего света. TripAdvisor сравнивает цены более чем с 200 сайтов для бронирования отелей, чтобы путешественники могли найти подходящий по своим доходам и вкусу отель. С помощью своих филиалов TripAdvisor, Inc. управляет веб-сайтами 22 туристических медиабрендов. На платформе представлено 56 доменов (для 56 стран, включая Россию), предназначенных для пользователей на их родном языке (TripAdvisor..., 2018). Преимущества данной платформы для путешественников, по сравнению с аналогами в мировой туристической индустрии, состоят в следующем: мультиязычность; наличие мобильных приложений, которые имеют такой же функционал, что и web-версия платформы; простота функционала сайта, облегчающая поиск для пользователей; широко представленный перечень с описанием объектов размещения, развлечений, ресторанов, с возможностью покупки авиабилетов (например, по запросу Сочи путешественникам предлагаются на выбор услуги 221 отеля, 285 достопримечательностей, 1306 ресторанов и кафе); присутствие у каждого объекта (размещения, развлечений, ресторанов) отзывов и комментариев о нём; наличие в каждом домене форума, с привязкой к территории и стране, который даёт полную и объективную информацию самих посетителей об объектах путешествия, позволяет увеличивать лояльность к платформе благодаря полезным советам, получаемым от представителей компании и других участников; отсутствие навязчивой рекламы.

Количественные показатели, характеризующие 5 из 56 имеющихся доменов TripAdvisor (Таблицы 2-3), свидетельствуют о широкой популярности и известности этой платформы в мире. TripAdvisor постоянно расширяет географию пользователей, а значит и рыночную долю платформы на мировом туристическом рынке.

**Таблица 2.** Структура пользователей платформы TripAdvisor по страновой принадлежности (по состоянию на 03.04.2018 г., %)

Название домена	Язык	Страновая принадлежность посетителей (Топ-5), %				
		Китай	Япония	Марокко	Гонконг	-
www.tripadvisor.cn	китайский	94,3	2,7	0,8	0,5	-
www.tripadvisor.fr	французский	Франция	Алжир	Тунис	Марокко	Бельгия
		81,7	1,9	1,6	1,3	1,2
www.tripadvisor.de	немецкий	Германия	Австрия	Италия	США	Швейцария
		88,0	1,3	1,4	0,8	0,9
www.tripadvisor.com	английский	США	Япония	Китай	Франция	Германия
		56,0	6,4	2,3	1,8	1,8
www.tripadvisor.ru	русский	Россия	Германия	Китай	Украина	Азербайджан
		40,1	7,6	5,4	4,0	3,2

Источник данных: домены TripAdvisor

**Таблица 3.** Посещаемость платформы TripAdvisor (по состоянию на 03.04.2018 г., тыс. чел.)

Название домена	Посещаемость, тыс. чел.					
	за день		за месяц		за год	
www.tripadvisor.cn	Посетителей	7,036	Посетителей	211,067	Посетителей	2567,982
	Просмотров	28,142	Просмотров	844,260	Просмотров	10271,830
www.tripadvisor.fr	Посетителей	18,968	Посетителей	569,040	Посетителей	6923,324
	Просмотров	75,872	Просмотров	2276,160	Просмотров	27693,280
www.tripadvisor.de	Посетителей	13,410	Посетителей	402,312	Посетителей	4894,802
	Просмотров	53,642	Просмотров	1609,260	Просмотров	19579,330
www.tripadvisor.com	Посетителей	118,522	Посетителей	3555,645	Посетителей	43260,353
	Просмотров	474,086	Просмотров	14222,580	Просмотров	173041,390
www.tripadvisor.ru	Посетителей	21,780	Посетителей	653,392	Посетителей	7949,608
	Просмотров	87,119	Просмотров	2613,570	Просмотров	31798,435

Источник данных: домены TripAdvisor

Другой пример – туристическая платформа «HAPPY LIFE WORLD» (Германия), предоставляющая весь спектр возможных вариантов отдыха, предлагаемых от 200 туроператоров; входит в ТОП 20 Германии (<https://happylife-world.com>). Особенностью и основным конкурентным преимуществом платформы является экономия средств и времени туристов. Правда используется пока только немецкий язык, форум и мобильные приложения разрабатываются.

Интересен опыт туристских технологических платформ Китая. Одна из них – туристическая платформа Qunar, консолидирующая основных игроков туристского рынка этой страны, в том числе и инвесторов (Китайская..., 2017). С 2016 года Китай, Россия и Монголия совместно стали разрабатывать международную туристическую платформу «Великого чайного пути» (Китай..., 2017). А китайская инициатива Великого шёлкового пути, как известно, уже нацелена на создание соответствующего туристского пространства большинства стран Евразии. Не исключено, что ключевые технологические позиции в развитии этого пространства будут носить китайскую специфику, особенно на тех территориях стран-участников данного проекта, которые своевременно не озаботятся о разработке и использовании своих отечественных ТТП и интегрировании их на взаимовыгодных условиях с ТТП других стран.

Заслуживает внимания и опыт создания ТТП в Армении. Так, с помощью туристической платформы Vista.am уже организовываются путешествия в Армению, Нагорный Карабах и др.

#### 4. Результаты

Таким образом, мы видим, что ТТП во многих странах мира используются как способ развития туризма в своих регионах, эффективный инструмент регулирования, причём индивидуализируя в онлан-режиме отношения создателей турпродуктов и их потребителей, т.е. туристов. При этом, одновременно, всё более комплексно и системно социально-экономически развивая пространства своих территорий, предпринимая меры для того, чтобы они были всё более комфортными, экологически чистыми, культурно выразительными и цивилизационно привлекательными. Но что не менее важно, всё это осуществляется на основе не только простого поиска общих основ во взаимодействии всех основных участников ТТП, определения взаимоприемлемых и взаимовыгодных подходов к решению возникающих проблем, но также и вызовов со стороны конкурирующих региональных турпродуктов других регионов мира. В этой связи важно обратить внимание на то, что, по-видимому, ключевой составляющей современных ТТП, как впрочем и всех технологических платформ в других сферах, является наработка технологии успешного взаимодействия бизнеса, власти, науки и общества при достижении намеченных целей и создании необходимых для этого продуктов. Где применительно к ТТП, обществом, в самом общем виде, является местное население, интересы которого должны органично увязываться с интересами вовлекаемых в регион туристов. И технологии увязки этих, зачастую противоречивых целей туристов и местного населения, также должны рассматриваться, как важная технологическая составляющая любой ТТП, без учёта которой развитие туризма будет весьма затруднено в пространстве любого региона.

Таким образом, уже почти 20-летняя мировая практика развития туризма посредством платформенного подхода раскрывает новые перспективы решения многих назревших проблем, связанных с огромными и неуклонно растущими масштабами турпотоков; потребностью их жизнеобеспечения всем необходимым, как правило, не худшего, а лучшего качества, чем у себя дома; необходимостью комплексного и системного инфраструктурного, экологического, культурного обустройства для этого огромных территорий. Но что особенно важно, всё это потребовало нового уровня и качества междисциплинарного, межотраслевого взаимодействия участников ТТП, которые начинают сталкиваться с необходимостью обеспечения туристов (в составе турпотоков уже глобального уровня) услугами и товарами в огромных объёмах, вовлекая в это десятки отраслей и сфер деятельности. И при этом, индивидуализируя удовлетворение спроса в каждой пространственно-временной точке региона посредством управления интегрированием самых разнообразных видов услуг и товаров в масштабе целых регионов. То есть, управляя воспроизводством уже не только локальных, но, одновременно, и региональных турпродуктов (далее – РТП) (Кетова и др., 2011), когда возникают задачи регулирования параметров их ежегодного воспроизводства с учётом не просто текущего спроса со стороны турпотоков, но и возникающих при этом

стратегических вызовов со стороны конкурирующих за туристские и финансовые потоки создателей РТП других регионов мира.

С этих позиций платформенный подход позволил продвинуться в решении многих спорных и сложных *проблем теории и практики развития туризма*. Среди такого рода проблем мы бы выделили следующие. *Во-первых*, учитывая, что посредством ТТП её участникам приходится охватывать товары и услуги многих десятков отраслей и сфер, обусловленных спросом со стороны турпотоков в пространстве регионов, на наш взгляд, уже уверенно можно утверждать об отходе от схоластических определений целого ряда понятий в фундаментальной теории туризма. Например, такого понятия, как «туристский продукт» или турпродукт. Характерно, что до настоящего времени, в частности в российской теории и практике, причём законодательно, под турпродуктом понимается «деятельность, осуществляемая туроператорами и турагентами, а также иная деятельность по организации путешествий» (Федеральный..., 1996). Турпродукты еще нередко продолжают рассматриваться как некая материально бессодержательная услуга, которая не хранится, количественно и качественно не определяется и поэтому до настоящего времени в отечественной экономике туризма параметры определения турпотоков, фактически, не увязываются с объёмами создаваемых для их жизнеобеспечения турпродуктов. Особенно в масштабе экономики регионов и экономики страны в целом, в отношении того, какие виды, объёмы, разнообразия турпродуктов и ресурсы востребованы под вовлечение намечаемых объёмов турпотоков? Как обеспечить конкурентоспособность товаров и услуг, предлагаемых своим туристам в масштабе всего региона? Каким образом и какими способами согласовывать и синхронизировать деятельность многих десятков отраслей и сфер региона, с тем, чтобы не только вовлечь, но и устойчиво удерживать уже многомиллионные турпотоки? И, что не мене важно, куда и как будут распределяться генерируемые расходами туристов финансовые потоки в виде доходов по отраслям и сферам территориально-отраслевых комплексов регионов, высвечивая реальные соотношения затрат и доходов в отраслях, вовлекаемых в туристский сектор экономики региона для обеспечения устойчивого воспроизводства РТП. При этом попытки поверхностного, весьма примерного определения долей туризма в ВРП или ВВП ничего в отношении выше поставленных вопросов не проясняют.

Таким образом, судя по разработанным и развивающимся туристским технологическим платформам, турпродуктами уже необходимо считать любые товары и услуги, которые востребованы туристами в пространстве их пребывания во время их путешествий с любыми целями, не ведущими к каким-то противоправным действиям, и направленным на сохранение и развитие человеческого потенциала (не смешивать с человеческим капиталом) (Романова и др., 2019).

*Во-вторых*, именно современные технологические платформы начинают давать всё более чёткие очертания современных, быстро развивающихся туристских секторов экономики регионов и стран. В туристские сектора современной экономики, судя по перечням товаров и услуг, которые через ТТП запрашивают туристы для своего комфортного, безопасного, интересного и полезного путешествия в любом регионе мира, как свидетельствует практика, входят сегодня товары и услуги более 50-60 отраслей и сфер. Но при этом, для того, чтобы иметь представление о доли каждой отрасли и сферы в удовлетворении потребностей туристов (а также местного населения и др.), необходимы расчёты, основанные на межотраслевых балансах. И в условиях наступившей эпохи информатизации и цифровизации эти процессы должны в полной мере охватывать и туристские сектора экономики, в том числе используя для этого платформенный подход.

*В-третьих*, разработка и реализация проекта ТТП вследствие накопления всё более значительной базы данных, отражающей, как спрос, так и предложение на разрастающихся туристских рынках, позволяет в динамике получать всё более чёткие представления, как о параметрах турпотоков, проходящих сквозь ТТП (направления турпотоков, их размеры, портрет туристов, то есть возраст, пол, страна, национальность, вероисповедание и многое другое), так и параметрах спроса, объёмах расходов и потребления туристов в формируемых туристских пространствах. Причём современные ТТП могут позволять в режиме онлайн получать весьма важную обратную связь для создателей турпродуктов о степени удовлетворения спроса, качестве представленных на ТТП товаров и услуг, пожеланиях туристов, их оценках своего пребывания в избранном регионе и т.д. Иными словами, ТТП позволяют вплотную подходить к разработке адекватных замеров в экономике туризма,

используя при этом потенциал современных информационных технологий, возможности оцифровки, интегрирования, структурирования и анализа уже огромных баз межотраслевых данных. Что весьма и весьма важно, особенно для определения правильной стратегии развития туристского сектора экономики региона или страны в целом.<sup>4</sup>

*В-четвёртых*, ТТП открывают широкие возможности для совершенствования системы управления развитием туризма. Причем, прежде всего с межотраслевых и междисциплинарных позиций, что принципиально важно, так как вовлечение в туристский сектор всё более разрастающегося перечня отраслей и сфер деятельности требует их пространственно-временного регулирования, синхронизации их действий в любой точке региона, в любое время года. Это особенно важно для нашей страны, обладающей огромным пространственным, культурно-историческим и природным потенциалом, эффективность использования которого в сфере отечественного туризма сегодня, мягко говоря, недостаточна. В этой связи характерен тот ведомственный круг, который за последние 20 лет проделало Федеральное агентство по туризму, оказываясь, соответственно, то в составе Минэкономразвития РФ, Минспорта и туризма РФ, то Минкультуры РФ, то опять в Минэкономразвития РФ. Интересно, что, например, в США нет никакой ведомственной структуры управления туризмом, хотя ежегодные доходы туристского сектора экономики этой страны уже давно превысили триллион долларов. В Испании и Франции на протяжении уже многих лет туристский сектор курируют только общегосударственные министерства, соответственно министерство экономики и транспорта. То есть, по-видимому, решения проблем управления развитием туризма зависят не столько от конкретного ведомства, сколько от налаживания, отработки технологий взаимодействия всех ключевых участников, вовлекаемых в туристский сектор экономики. И ТТП оказалась одним из способов разработки такого рода технологий в условиях наступающей эпохи информатизации и цифровизации.

## 5. Заключение

Вместе с тем, ТТП как современная методология организации поиска технологической независимости различных стран, способ определения направлений технологических прорывов в различных отраслях, секторах и сферах современного общественного воспроизводства, сама по себе не является панацеей. Главным в любой технологической платформе (и ТТП не является исключением), являются две взаимосвязанные и взаимообуславливающие составляющие: 1). Это *постоянная подпитка, в данном случае ТТП, самыми современными и передовыми достижениями науки и техники*, обусловленная подбором участников со стороны отечественных научных структур – представителей передовой науки, способных обосновывать реальные направления прорывных технологий в сфере туризма представителям власти, бизнеса и общественности (общественными организациями и местными жителями). 2). Это *технология подбора и отработка алгоритма целевого взаимодействия всех основных участников ТТП, направленного на разработку и реализацию достаточного перечня флагманских проектов создания* такого рода продуктов, которые были бы способны обеспечить достижение поставленных стратегических целей развития туризма, в данном случае в регионе.

И с этих позиций действующие ТТП за рубежом и в нашей стране ([Шарафутдинов и др., 2019](#)), по нашему мнению, пока не являются действительно полноценными, потому что целый ряд, прежде всего научных проблем развития туризма пока не нашли своего места и решений на существующих ТТП. В частности, как показали результаты наших исследований, это следующие проблемы, заслуживающие того, чтобы ими были подгружены отечественные ТТП.

<sup>4</sup> Весьма характерно, что в отечественной экономике туризма мы фактически до сих пор не имеем чётких представлений о том, какие объёмы и структура создаваемых и потребляемых в регионе региональных турпродуктов востребованы спросом со стороны турпотоков. Каковы их доли в ВРП или ВВП, формирующиеся, с одной стороны, спросом со стороны туристских потоков, а с другой, потребностями местного населения? Какие перечни и доли отраслей и сфер экономики регионов формируют реальные параметры объёма региональных турпродуктов, их структуру? Как выглядят реальные направления и объёмы финансовых потоков, исходящих от турпотоков, и как они распределяются по отраслям и сферам территориально-отраслевых комплексов, и многое другое, что сегодня крайне необходимо для разработки и реализации стратегии развития туризма в регионах страны и экономики России в целом.



Во-первых, это понимание того, что мы определяем под понятием «региональные туристские продукты», или региональные турпродукты (РТП). Это важно с точки зрения того, что ТТП должна быть заточена не просто на определение прорывных технологий в тех или иных направлениях развития туризма, но и результативаться, материализовываться в крупномасштабных, межотраслевых, наукоёмких и конкурентоспособных РТП. При этом, как мы уже выше отмечали, под РТП мы предлагаем понимать целостное интегрированное представление всех видов и форм локальных турпродуктов, то есть товаров и услуг, формируемых спросом со стороны турпотоков, и в самом общем виде, представляющих собой ту часть ВРП, которая образуется фактическими расходами туристов в пространственно-временных координатах их пребывания в регионах.

Во-вторых, как мы полагаем, назрела настоятельная необходимость учёта не только РТП во всех их формаобразованиях и их количественных и качественных параметрах, но и ввода мониторинга вовлекаемых в их воспроизводство всех видов туристских ресурсов регионов: природных, культурно-исторических, социальных, материальных, пространственных и технологических. Этот мониторинг в ТТП должен в режиме онлайн раскрывать не только динамику состояния качества и объёмов туристских ресурсов, но и определять потребляемые возвратно (или безвозвратно) вовлекаемые туристские ресурсы. Необходимость в этом обусловлена тем, что объёмы турпотоков в мире достигли такого уровня и плотности, а исходящие от них антропогенные и техногенные нагрузки на эко- и социосистемы регионов достигли таких воздействий, что они уже во многих регионах мира начали превышать допустимые рекреационные нагрузки. Поэтому для исключения разрушений экологических и других систем в процессе продолжающегося наращивания параметров РТП в составе ТТП пора встраивать современные интегральные информационные модели динамики вовлекаемых в воспроизводство РТП туристских ресурсов регионов (Шарафутдинов и др., 2018).

В-третьих, одной из ключевых составляющих ТТП должна стать проблематика совершенствования системы управления развитием туризма в регионах страны. Она должна охватывать не только вопросы взаимодействия всех участников платформы, власти, бизнеса, науки, общественности, но и направлять его на регулирование основных пропорций устойчивого воспроизводства конкурентоспособных РТП. В частности, речь идёт о том, что в поле зрения участников ТТП должны находиться следующие производственные пропорции. 1) Спрос и предложение на РТП. 2) Обеспеченность востребованных объёмов и качества РТП необходимыми ресурсами (природными, культурно-историческими, материальными, социальными, технологическими, пространственными и др.), исключающая ухудшение их качества и тем более исчерпаемость. 3). Синхронность фаз производственного процесса РТП (потребление = производство = распределение = обмен РТП на доходы туристов). 4) Оптимизация интересов туристов и местного населения, то есть определение оптимальных соотношений РТП/ВРП. 5) Оптимизирование всех основных элементов стратегирования развития туристских секторов экономики регионов (миссия, цели, направления, флагманские проекты, ресурсные ограничения, бюджетирование). 6). Определение адекватной сложности решения задачи системы управления устойчивым воспроизводством конкурентоспособных РТП. 7) Определение должного влияния воспроизводимых РТП на динамику роста (падения) человеческого потенциала вовлекаемых в регион турпотоков. 8) Соотношение влияния туризма («мягкой силы» туризма) на динамику социально-экономического развития современных цивилизационных образований и входящих в них стран.

В этой связи принципиально важно отметить, что предлагаемых нами некоторых новых составляющих в архитектуре действующих ТТП, пока нет ни в зарубежных, ни в отечественных прообразах ТТП. Но их включение в отечественные ТТП может дать не только хороший импульс развитию туризма в регионах, но значительно повысить эффективность использования богатейшего туристского потенциала России. Естественно, что наши соображения далеко не бесспорны. Поэтому мы были бы признательны за любую конструктивную критику.

**Литература**

**Декларация..., 2013** – «Декларация Ханчжоу» знаменует новую эру в развитии человечества. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/the-hangzhou-declaration-heralding-the-next-era-of-human-development/> (дата обращения: 03.02.2019).

**Кетова и др., 2011** – Кетова Н.П., Онищенко Е.В., Шарафутдинов В.Н. Формирование и реализация регионального туристского продукта на рынке рекреационно-оздоровительных услуг: маркетинговый подход. Ростов н/Д.: Изд-во «Содействие – XXI век, 2011. 288 с.

**Китай..., 2016** – Китай, Россия и Монголия совместно разрабатывают международную туристическую платформу «Великого чайного пути». [Электронный ресурс]. URL: [http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-08/02/content\\_39007094.htm](http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-08/02/content_39007094.htm) (дата обращения: 01.04.2019).

**Китайская..., 2017** – Китайская туристическая платформа QUNAR привлекла \$500 млн. [Электронный ресурс]. URL: <http://igate.com.ua/news/7845-kitajskaya-turisticheskaya-platforma-qunar-privlekla-500-mln> (дата обращения: 01.04.2019).

**Либерос Ален, 2014** – Либерос Ален «Туризм для всех» в европейском туризме // *Аналитический вестник*, 2014, № 5 (523). Социально-оздоровительный туризм в России в контексте современного европейского туризма (по материалам расширенного заседания Экспертного совета по туризму Комитета Совета Федерации по социальной политике в рамках Международного форума «Социально-оздоровительный туризм в России в контексте современного европейского туризма»). М. С. 11-19.

**Механик и др., 2011** – Механик А., Оганесян Т. Кто поедет на платформе // *Эксперт*. 2011. №35 (768). [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/expert/2011/35/kto-poedet-na-platforme/> (дата обращения: 03.04.2019).

**Об утверждении..., 2011** – Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 №2227-р. [Электронный ресурс]. URL: [HTTP://CNB.URAN.RU/USERFILES/2227R.PDF](http://CNB.URAN.RU/USERFILES/2227R.PDF) (дата обращения: 03.04.2019).

**Перечень..., 2012** – Перечень технологических платформ (утвержден решениями Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям от 1 апреля 2011 г., протокол №2, от 5 июля 2011 г., протокол №3, решением президиума Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям от 21 февраля 2012 г., протокол №2). [Электронный ресурс]. URL: [http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/formation/doc20120403\\_11](http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/formation/doc20120403_11) (дата обращения: 17.05.2019).

**Романова и др., 2019** – Романова Г.М., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В. Проблемы философского осмысления туризма как рыночного феномена XXI века / *Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Бизнес, инновации, информационные технологии, моделирование [электронный ресурс]: сб. науч. тр. материалы VII междунар. науч.-практ. конф. по экономике (Сочи, 27–31 марта 2019 г.)* / под ред. д-ра экон. наук, профессора Сидорова В.А. и д-ра экон. наук., профессора Ядгарова Я.С. Майкоп: издательство ЭЛИТ, 2019. С. 471-490.

**Силва Дани, 2014** – Силва Дани Решение B2B для социального туризма как промежуточное рыночное решение // *Аналитический вестник*, 2014, № 5 (523). Социально-оздоровительный туризм в России в контексте современного европейского туризма (по материалам расширенного заседания Экспертного совета по туризму Комитета Совета Федерации по социальной политике в рамках Международного форума «Социально-оздоровительный туризм в России в контексте современного европейского туризма»). М. С. 49-55.

**Федеральный..., 1996** – Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=301428&fld=134&dst=100000001,0&rnd=0.9876760585986939#09886980865726138>

[Шарафутдинов и др., 2017](#) – *Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* «Мягкая сила» туризма // Социально-гуманитарные проблемы современности: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 сентября 2017 г.: в 5 ч. / Под общ. ред. Е.П. Ткачевой. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2017. Часть II. С. 145-150. [Электронный ресурс]. URL: [http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb\\_k-2-30.09.17.pdf](http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb_k-2-30.09.17.pdf)

[Шарафутдинов и др., 2018](#) – *Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* Перспективные направления научных исследований в сфере туризма: новое концептуальное видение // *Туризм: право и экономика*, 2018. №4. С. 24-27.

[Шарафутдинов и др., 2019](#) – *Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В., Наконечный А.И.* Туристские технологические платформы как инструмент обеспечения конкурентоспособности региональных турпродуктов // *Регион: экономика и социология*, 2019. №1 (101). С. 114-132.

[TripAdvisor..., 2018](#) – TripAdvisor Helps Accommodation Businesses Drive Visibility and Reach Highly Qualified Traffic [Electronic resource]. URL: <https://tripadvisor.mediaroom.com/2018-04-03-TripAdvisor-Helps-Accommodation-Businesses-Drive-Visibility-and-Reach-Highly-Qualified-Traffic> (date of access: 03.04.2019).

## References

[Deklaraciya..., 2013](#) – «Deklaraciya Xanchzhou» znamenuet novuyu e`ru v razvitii chelovechestva [The Hangzhou Declaration marks a new era in human development]. 2013. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/the-hangzhou-declaration-heralding-the-next-era-of-human-development/> [in Russian]

[Ketova i dr., 2011](#) – *Ketova N.P., Onishhenko E.V., Sharafutdinov V.N.* (2011). Formirovanie i realizaciya regional`nogo turistskogo produkta na ry`nke rekreacionno-ozdorovitel`ny`x uslug: marketingovy`j podxod [Formation and implementation of the regional tourism product in the market of recreational services: marketing approach]. Rostov n/D.: Izd-vo «Sodejstvie – XXI vek. 288 p. [in Russian]

[Kitaj..., 2016](#) – Kitaj, Rossiya i Mongoliya sovместno razrabaty`vayut mezhdunarodnuyu turisticheskuyu platformu «Velikogo chajnogo puti» [China, Russia and Mongolia are jointly developing the international tourism platform of the great tea way]. 2016. [Elektronnyi resurs]. URL: [http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-08/02/content\\_39007094.htm](http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-08/02/content_39007094.htm) [in Russian]

[Kitajskaya..., 2017](#) – Kitajskaya turisticheskaya platforma QUNAR privlekla \$500 mln. [Chinese travel platform QUNAR has raised \$500 million]. 2017. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://igate.com.ua/news/7845-kitajskaya-turisticheskaya-platforma-qunar-privlekla-500-mln> [in Russian]

[Liberos Alen, 2014](#) – *Liberos Alen* (2014). «Turizm dlya vsekh» v evropejskom turizme [«Tourism for all» in European tourism]. *Analiticheskij vestnik*. № 5 (523). Social`no-ozdorovitel`ny`j turizm v Rossii v kontekste sovremenного evropejskogo turizma (po materialam rasshirenного zasedaniya E`kspertного совета po turizmu Komiteta Soveta Federacii po social`noj politike v ramkax Mezhdunarodного форума «Social`no-ozdorovitel`ny`j turizm v Rossii v kontekste sovremenного evropejskogo turizma»). М. pp. 11-19. [in Russian]

[Mexanik i dr., 2011](#) – *Mexanik A., Oganesyan T.* (2011). Kto poedet na platforme [Who will ride the platform]. *E`kspert*. №35 (768). [Elektronnyi resurs]. URL: <http://expert.ru/expert/2011/35/kto-poedet-na-platforme/> [in Russian]

[Ob utverzhenii..., 2011](#) – Ob utverzhenii Strategii innovacionного razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2020 goda [About the approval of Strategy of innovative development of the Russian Federation for the period till 2020]. Rasporyazhenie Pravitel`stva RF ot 08.12.2011 №2227-r. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://cnb.uran.ru/userfiles/2227r.pdf> [in Russian]

[Perechen`..., 2012](#) – Perechen` texnologicheskix platform [List of technological platforms] (utverzhen resheniyami Pravitel`stvennoj komissii po vy`sokim texnologiyam i innovacijam ot 1 aprelya 2011 g., protokol №2, ot 5 iyulya 2011 g., protokol №3, resheniem prezidiuma Pravitel`stvennoj komissii po vy`sokim texnologiyam i innovacijam ot 21 fevralya 2012 g., protokol №2) (2012). [Elektronnyi resurs]. URL: [http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/formation/doc20120403\\_11](http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/formation/doc20120403_11) [in Russian]

[Romanova i dr., 2019](#) – Romanova G.M., Sharafutdinov V.N., Onishhenko E.V. (2019). Problemy` filosofskogo osmy`sleniya turizma kak ry`nochnogo fenomena XXI veka [Problems of philosophical understanding of tourism as a market phenomenon of the XXI century]. *Fenomen ry`nochnogo khozyajstva: ot istokov do nashix dnei. Biznes, innovacii, informacionny`e texnologii, modelirovanie [e`lektronny`j resurs]: sb. nauch. tr. materialy` VII mezhdunar. nauch.-prakt. konf. po e`konomie (Sochi, 27–31 marta 2019 g.)*. Pod red. d-ra e`kon. nauk, professora Sidorova V.A. i d-ra e`kon. nauk., professora Yadgarova Ya.S. Majkop: izdatel`stvo E`IIT. pp. 471-490. [in Russian]

[Silva Dani, 2014](#) – Silva Dani (2014). Reshenie B2B dlya social`nogo turizma kak promezhutochnoe ry`nochnoe reshenie [B2B solution for social tourism as an intermediate market solution]. *Analiticheskij vestnik*. № 5 (523). Social`no-ozdorovitel`ny`j turizm v Rossii v kontekste sovremennogo evropejskogo turizma (po materialam rasshirenogo zasedaniya E`kspertnogo soveta po turizmu Komiteta Soveta Federacii po social`noj politike v ramkax Mezhdunarodnogo foruma «Social`no-ozdorovitel`ny`j turizm v Rossii v kontekste sovremennogo evropejskogo turizma»). M. pp. 49-55. [in Russian]

[Federal`ny`j..., 1996](#) – Federal`ny`j zakon ot 24.11.1996 №132-FZ «Ob osnovax turistskoj deyatel`nosti v Rossijskoj Federacii» [Federal law of 24.11.1996 №132-FZ «About bases of tourist activity in the Russian Federation»] (s izm. i dop., vstup. v silu s 01.01.2019).(1996). [Elektronny`j resurs]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=301428&fld=134&dst=100000001,0&rnd=0.9876760585986939#09886980865726138> [in Russian]

[Sharafutdinov i dr., 2017](#) – Sharafutdinov V.N., Onishhenko E.V. (2017). «Myagkaya sila» turizma [«Soft power» of tourism]. *Social`no-gumanitarny`e problemy` sovremennosti: sbornik nauchny`x trudov po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii 30 sentyabrya 2017 g.: v 5 ch.* Pod obshh. red. E.P. Tkachevoj. Belgorod: OOO Agentstvo perspektivny`x nauchny`x issledovanij (APNI). Chast` II. pp. 145-150. [Elektronny`j resurs]. URL: [http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb\\_k-2-30.09.17.pdf](http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb_k-2-30.09.17.pdf) [in Russian]

[Sharafutdinov i dr., 2018](#) – Sharafutdinov V.N., Onishhenko E.V. (2018). Perspektivny`e napravleniya nauchny`x issledovanij v sfere turizma: novoe konceptual`noe videnie [Promising areas of research in the field of tourism: a new conceptual vision]. *Turizm: pravo i e`konomie*. №4. pp. 24-27. [in Russian]

[Sharafutdinov i dr., 2019](#) – Sharafutdinov V.N., Onishhenko E.V., Nakonechny`j A.I. (2019). Turistskie texnologicheskie platformy` kak instrument obespecheniya konkurentosposobnosti regional`ny`x turproduktov [Tourism technology platforms as a tool to ensure the competitiveness of regional tourism products]. *Region: e`konomie i sociologiya*. №1 (101). pp. 114-132. [in Russian]

[TripAdvisor..., 2018](#) – TripAdvisor Helps Accommodation Businesses Drive Visibility and Reach Highly Qualified Traffic (2018). [Electronic resource]. URL: <https://tripadvisor.mediaroom.com/2018-04-03-TripAdvisor-Helps-Accommodation-Businesses-Drive-Visibility-and-Reach-Highly-Qualified-Traffic>

УДК 338.48

## Проблемы формирования туристских технологических платформ в России

Владимир Насибуллович Шарафутдинов <sup>a</sup>, Елена Васильевна Онищенко <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup> Сочинский научно-исследовательский центр Российской академии наук, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматривается сущность и необходимость внедрения платформенного подхода в управление туристским сектором экономики России. Авторами выдвигается гипотеза о том, что на данный момент важнейшим условием для формирования механизма определения направлений технологических прорывов в отечественной сфере туризма, в том числе на уровне регионов, является создание туристских

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [elon@list.ru](mailto:elon@list.ru) (Е.В. Онищенко), [398993@gmail.com](mailto:398993@gmail.com) (В.Н. Шарафутдинов)

технологических платформ. Объединение представителей государства, бизнеса, науки и образования, общества, в первую очередь, должно быть направлено на обеспечение технологической независимости России, формирование общих подходов к созданию конкурентоспособных региональных, страновых и международных турпродуктов. Раскрываются спорные и сложные проблемы теории и практики развития туризма в России; предлагаются новые элементы в архитектуре действующих туристских технологических платформ, включение которых, по мнению авторов, может не только придать хороший импульс развитию туризма в регионах, но и значительно повысить эффективность использования богатейшего туристского потенциала страны.

**Ключевые слова:** туризм, туристский сектор экономики, региональный турпродукт, туристская технологическая платформа, мониторинг туристских ресурсов.