

В.Н. Шарафутдинов, Е.В. Онищенко, А.И. Наконечный

ТУРИСТСКИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРПРОДУКТОВ

Статья посвящена проблемам развития туристских зон в экономическом пространстве России посредством разработки и реализации туристских технологических платформ, позволяющих обеспечивать устойчивое воспроизводство конкурентоспособных региональных турпродуктов. Рассмотрены практический опыт применения туристских технологических платформ за рубежом и перспективы внедрения таковых в России. Авторы приходят к выводу, что сегодня, когда осуществляется переход к цифровой и «умной» экономике, внедрение методологии туристских технологических платформ является обязательным условием повышения конкурентоспособности отечественных региональных турпродуктов. Основными методами исследования послужили сравнительный анализ и контент-анализ, а основными исследовательскими подходами – системный, комплексный и междисциплинарный. Результаты исследования могут быть использованы при разработке фундаментальной теории туризма, а также концепций и стратегий пространственного развития регионов России.

Ключевые слова: туризм; туристский сектор экономики региона; региональный турпродукт; устойчивое воспроизводство регионального турпродукта; туристская технологическая платформа; конкурентоспособность регионального турпродукта

Одна из главных причин слабой реализации многих стратегий развития туризма в регионах России состоит в том, что в большинстве

стратегий не закладываются механизмы их реализации, адекватные заявляемым целям. При этом характерной чертой большинства подобных стратегий является то, что основными их исполнителями прописываются органы власти, которые, как правило, сами их инициировали и выступают заказчиками. То есть такого рода стратегии разрабатываются сегодня преимущественно чиновниками для себя и под себя, интересы же отечественного турбизнеса, общественности, а зачастую и научные достижения порой учитываются слабо.

В Программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной Правительством РФ 28 июля 2017 г., отмечено, что эффективное развитие рынков и отраслей в цифровой экономике возможно только при наличии развитых платформ, технологий, институциональной и инфраструктурной сред¹. Без цифровой экономики, как отметил В.В. Путин, «Россия не сможет перейти к следующему технологическому укладу, без которого у российской экономики нет будущего»². Это же можно утверждать и в отношении туристского сектора экономики, охватывающего уже около 60 отраслей и сфер деятельности, вовлеченных в производство и продвижение региональных турпродуктов на внутренний и мировой туристский рынки. Поэтому необходимы современные технологии, ориентированные на устойчивое развитие регионов России, на сохранение и наращивание рекреационно-туристского потенциала, на создание «умных» городов, «зеленой» экономики и производство экологически чистых турпродуктов. Такой подход особенно актуален в свете определения туризма как одного из самых креативных секторов мировой экономики³.

¹ См.: *Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»* (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р). – URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>.

² *Путин* ответил на заявление о своем «заболевании» цифровой экономикой. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/15/06/2017/594290fc9a794755d808f9af>.

³ См.: «*Декларация Ханчжоу*» знаменует новую эру в развитии человечества. – URL: <http://webarchive.unesco.org/frame/20161026153915/http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/the-hangzhou-declaration-heralding-the-next-era-of-human-development/>.

Сегодня под воздействием цифровизации глобальная мировая индустрия туризма претерпевает весьма значительные изменения. Совершенствование информационно-коммуникационных технологий в торговле туристскими продуктами и рост числа интернет-пользователей среди путешественников наряду с другими факторами продвигают этот сектор в число самых динамично развивающихся. В 2017 г. общемировое число только международных туристов, не считая внутренних по каждой стране, составило 1322 млн чел. По данным Всемирной туристской организации, в 2018 г. положительная тенденция сохранится и турпоток вырастет еще на 4–5%⁴. На мировом туристском рынке, включая Россию, сформированы и усиливаются следующие тенденции: глобализация туристского бизнеса; активный рост количества и развитие транснациональных IT-платформ, связанных с туризмом и путешествиями; сближение поставщиков турпродуктов и потребителей через онлайн-общение; появление новых каналов продвижения турпродуктов, включая мобильные приложения, виртуальный туризм, офлайн-карты и др.; использование платформ динамического пакетирования и дистрибуции туристских услуг; изменение у туристов модели потребления; персонификация подхода в организации путешествия в расчете на любой возраст и любой вкус; рост самостоятельного бронирования туристами и т.д.

В этих условиях определяющее значение приобретают исследования и разработки, связанные с поиском оптимальных путей и инновационных инструментов для дальнейшего развития отечественной туристской индустрии и обеспечения конкурентоспособности турпродуктов, прежде всего региональных. В данном исследовании поставлена цель обосновать необходимость внедрения и использования методологии туристских технологических платформ в качестве инструмента и механизма решения крупных стратегических задач, стоящих перед российскими регионами рекреационно-туристской специализации. В связи с этим мы полагаем полезным обратить внимание на соответствующие успешные мировую практику и отечественный опыт в области

⁴ См.: 2017 International Tourism Results: the Highest in Seven Years. – URL: <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years> .

создания и продвижения крупных межотраслевых наукоемких продуктов, какими, по большому счету, и являются региональные турпродукты.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА: ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ПОДХОДЫ

Термин «технологическая платформа» был введен в 2004 г. Еврокомиссией для определения приоритетных научно-технических направлений развития Евросоюза, обеспечивающих технологическую независимость Европы. По определению Еврокомиссии, *технологическая платформа* (ТП) – это объединение представителей государства, бизнеса, науки и образования на основе общего видения тренда научно-технического развития с целью формирования общих подходов к развитию и промышленному освоению соответствующих технологий. Особое внимание в рамках ТП должно уделяться определению основных направлений стратегических исследований и мобилизации усилий на научных исследованиях и инновациях в этой области [4]. Несколько по-другому трактуется данный термин в России: технологическая платформа – это «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»⁵.

Сравнительная оценка зарубежного и российского подходов к формированию технологических платформ, широко представленная в научных исследованиях [1–3; 6; 11–13; и др.], показывает, что по многим параметрам (предпосылкам, целям, задачам, ряду принципов, составу участников, связям в модели построения) они коррелируют между собой. Между тем имеются и существенные различия. Во-пер-

⁵ *Об утверждении* Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-п. – URL: <http://cnb.uran.ru/userfiles/2227r.pdf> .

вых, в Евросоюзе заявки на создание технологических платформ формируются «снизу вверх» и это уже признано более эффективным подходом. В России создание ТП инициируется «сверху вниз», вследствие чего произошла их некая территориальная концентрация (более 70% организаций-координаторов расположено в Центральном федеральном округе). Во-вторых, в Евросоюзе отсутствуют рычаги ограничения деятельности каких-либо платформ. В России представители государства напрямую участвуют и зачастую доминируют в органах управления реализацией платформы и это тормозит инициирование создания платформ из регионов. В-третьих, основное финансирование исследований в Евросоюзе поступает из частного сектора, а в России – из государственного. И в-четвертых, в Европе есть опыт создания межотраслевых технологических платформ, затрагивающих наукоемкие продукты. В России подобный опыт пока отсутствует, хотя, на наш взгляд, уже сложились предпосылки для использования таких инновационных инструментов в туристском секторе экономики регионов и страны в целом.

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ В ТУРИСТСКОМ СЕКТОРЕ

Эффективность проектов по созданию и развитию туристских технологических платформ, работающих на базе партнерских отношений бизнеса, науки, государства, экспертного сообщества, доказана не только в Евросоюзе, но и в других регионах мира. Главной причиной быстрого успеха при реализации таких проектов было стремительное насыщение информационными технологиями, позволяющими оперативно обрабатывать и интегрировать большие массивы межотраслевых данных. Это повлияло на создание туристских онлайн-платформ, которые развивались из небольших бизнес-проектов, со временем достигая масштабов гигантских компаний с широкой партнерской сетью, включая научные, государственные и общественные учреждения. Таким образом они превращались из частных компаний в полноценные туристские технологические платформы. В последнее время оцифрованные платформы используют самые резуль-

тативные схемы взаимодействия поставщиков с покупателями (туристами), тем самым обретая большую популярность. Примерами могут служить опыт компании «TripAdvisor» (США), европейский социальный проект «Calypso» и создание интернет-платформы «eCalypso», туристские платформы Happy Life World (Германия), Qunar (Китай), Vista.am (Армения) и др. С 2016 г. Китай, Россия и Монголия стали совместно разрабатывать международную туристскую платформу «Великий чайный путь». Есть и другие примеры, подтверждающие важность и необходимость использования этого инновационного инструмента в каждой туристски привлекательной стране мира, в том числе и в России. К первым российским наработкам как предвестникам серьезных отечественных туристских технологических платформ можно отнести

- <http://www.travel.ru> – крупнейший российский сайт о путешествиях, где собраны обзоры, статьи, обсуждения, осуществляется бронирование отелей и билетов на самолеты, проводятся акции авиакомпаний, бронируются железнодорожные билеты;
- <https://www.tourister.ru> – туристическая социальная сеть, где помимо бронирования отелей и билетов путешественник может планировать будущие маршруты, вести блог и проч.;
- <https://smorodina.com> (от слов «смотри Родину») – уникальный сайт-путеводитель по России, созданный ее жителями и предназначенный для планирования путешествий по стране. Это энциклопедия достопримечательностей России, помогающая туристу решить четыре основных вопроса: что посмотреть, чем заняться, где поехать, где заночевать.

В список российских онлайн-сервисов для путешественников, формирующих предложения сразу нескольких отраслей и сфер туристского сектора, также можно включить <https://sletat.ru>, <https://avia-mir.ru>, <https://www.aviasales.ru>, <https://akuaku.ru>, <https://www.bgoperator.ru>, <https://biletix.ru>, <https://ostrovok.ru> и др.

При этом важно обратить внимание на то, что опыт создания туристских технологических платформ с использованием самых современных информационных технологий уже начинает активно изучать-

ся и обобщаться в мировой теории и практике туризма, в том числе для применения на уровне отдельных дестинаций в Австрии, США, Швейцарии [10; 14; 15]. Поэтому не случайно вопрос использования туристских технологических платформ и в России начинает приобретать особую значимость, в том числе с учетом взаимосвязи кластерного подхода и инструментов формирования региональных приоритетов инновационного развития туристской сферы.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Сегодня технологические платформы, все более активно и всесторонне насыщаемые современными информационными технологиями, должны использоваться прежде всего как своеобразные современные механизмы решения крупных стратегических задач. В данном случае речь идет о задаче повышения уровня управления развитием туризма в регионах России в части создания и реализации конкурентоспособных региональных турпродуктов. Ибо региональные турпродукты, являясь продуктами межотраслевыми, крупномасштабными и все более наукоемкими, представляют собой, как показывают результаты наших исследований, вполне адекватный объект использования методологии технологической платформы [9].

При этом под *региональными турпродуктами* мы предлагаем понимать ту часть валового регионального продукта, производство и потребление которой генерируются турпотоками, ежегодно вовлекаемыми в пространственно-временные континуумы регионов [8]. Именно эта часть ВРП экономики региона и должна подлежать целенаправленному форматированию, а ее воспроизводство в виде регионального турпродукта – регулированию посредством методологии технологической платформы за счет стремительного насыщения информационными технологиями, позволяющими оперативно обрабатывать и интегрировать большие массивы межотраслевых данных. Как было показано выше, в мире такой подход практикуется уже все более активно.

В России тоже уже есть опыт создания интернет-платформ для объединения усилий власти, науки, бизнеса, для формирования благоприятной бизнес-среды в туристическом секторе регионов. В качестве примера можно привести интернет-платформу индустрии туризма Ярославской области (<http://yatourism.ru>), представляющую собой электронную дискуссионно-презентационную контактную рабочую площадку, призванную оптимизировать взаимодействие субъектов экономики Ярославской области с целью расширения возможностей бизнеса и ускорения развития туристского сектора экономики региона. Это свидетельствует о начавшемся процессе формирования туристских технологических платформ «снизу», из регионов, без ожидания экспертизы и поддержки со стороны государства. Хотя данный опыт пока не совсем вписывается в российский официальный подход к созданию технологических платформ, рассмотренный выше, прежде всего в отношении туризма.

Согласно рекомендациям Правительства РФ при использовании методологии технологической платформы в ходе ее формирования должны быть обязательно обозначены⁶

- социально значимые задачи;
- технологии, которые будут развивать на данной ТП;
- сферы экономики, на которые данная ТП будет воздействовать;
- участники ТП: представители бизнеса, власти, науки и общественности;
- механизмы господдержки;
- основные мероприятия;
- риски.

Данный перечень, по сути, отражает самое общее видение алгоритма, закладываемого в туристскую технологическую платформу, который включает семь взаимосвязанных блоков задач. Из анализа этих блоков и их взаимосвязей становится понятно, что во главу угла туристской технологической платформы региона должны ставиться

⁶ См.: *Технологические платформы как инструмент модернизации экономики: Материалы «круглого стола»*. – URL: http://www.umpro.ru/index.php?page_id=2&n_id_1=2801.

только социально значимые задачи стратегического уровня. То есть речь идет не об отдельных точечных или локальных проектах в пространстве региона, а прежде всего о флагманских, межотраслевых наукоемких крупных проектах стратегического уровня.

К таким проектам можно отнести, например, создание конкурентоспособного регионального турпродукта того или иного региона страны, повышение человеческого потенциала населения региона – донора турпотоков или человеческого потенциала работников той или иной крупной отрасли либо корпорации, создание крупного событийного турпродукта, как это было осуществлено в ходе подготовки и проведения Зимней олимпиады в Сочи в 2014 г., создание «умного» города-курорта мирового уровня и т.д. Отсюда фокус на современные технологии решения поставленных задач, на характер выбора основных участников туристской технологической платформы. Ее участниками могут и должны стать только те, кто способен участвовать в таких проектах применительно к сфере деятельности, очерченной для данной платформы. При этом участникам туристской ТП должна быть понятна роль государства, а прежде всего самому государству в лице, например, региональной власти должна быть понятна его роль в достижении сформулированной социально значимой стратегической цели и в выполнении вытекающих из нее задач, с учетом которых будет разворачиваться функционал данной платформы и на которые будут направлены проводимые в ее рамках мероприятия.

Важно иметь в виду, что разрабатывая систему мероприятий, которыми целенаправленно и планомерно должна нагружаться туристская технологическая платформа, следует обязательно учесть необходимость формирования информационно-аналитической туристской ресурсной базы (природно-рекреационной, культурно-исторической, социальной, материально-технической, технологической) для создания и реализации регионального туристского продукта. Это нужно в связи с выполнением задачи мониторинга состояния туристской ресурсной базы региона, недопущения ее ухудшения и тем более исчерпания в ходе ежегодного воспроизводства регионального турпродукта на принципах устойчивого развития. При этом важно использовать усовершенствованную систему статистических расчетов туристского сектора экономики региона с применением спутниковых счетов ту-

ризма на основе расчетов межотраслевого баланса всех вовлеченных в туристский сектор отраслей и сфер.

Еще одно принципиальное условие при разработке системы мероприятий, которыми должна нагружаться туристская ТП, нацеленная на обеспечение устойчивого воспроизводства регионального турпродукта, – это меры, связанные с его брендингом. Иными словами, без органичного встраивания маркетинговых технологий, адаптированных к управлению воспроизводством регионального турпродукта, мы не сможем обеспечить наработку инструментария для регулирования пропорций процесса воспроизводства регионального турпродукта, в том числе в части определения оптимальных соотношений фаз этого процесса (производства, распределения, обмена, потребления) [7]. То есть речь идет о том, что ключевым мероприятием туристской технологической платформы является сквозная маркетинговая «прошивка» управления процессом воспроизводства регионального турпродукта с целью постоянного регулирования соотношения спроса и предложения на всем пространственно-временном континууме региона. Также весьма важным представляется наделение туристской технологической платформы задачей активного поиска и освоения новых рынков, идентификации областей спроса на создаваемые региональные турпродукты.

В этих условиях тема рисков как для участников туристской технологической платформы, так и для занимающихся разработкой и реализацией локальных и региональных турпродуктов, а также для тех отраслей и сфер, которые будут вовлекаться в деятельность платформы, будет иметь первостепенное значение. В связи с этим особую важность приобретает определение характера самого проекта туристской ТП. Его основные требуемые характеристики могут быть сформулированы следующим образом:

- во главу угла должны ставиться согласованные интересы общества, бизнеса, государства;
- принципиально важно, чтобы в платформе был значимо представлен бизнес (50%);
- должны присутствовать средне- и долгосрочные проекты (но не текущие, т.е. речь идет в основном о решении крупных страте-

гических задач по созданию крупномасштабных межотраслевых турпродуктов, каковым и является в данном случае региональный турпродукт);

- с учетом новых целей и технологий следует обязательно сформировать сквозные учебные программы. Эти программы, естественно, должны носить междисциплинарный характер, что будет обуславливаться межотраслевым характером регионального турпродукта;
- необходима ориентация на расширение кооперации, открытость, публичность.

Важно еще раз обратить внимание на то, что реализация проекта туристской технологической платформы означает прежде всего, что учиться придется не только всем участникам платформы, но и их партнерам. Это связано с тем, что предмет деятельности туристской ТП – не только создание отдельных новых турпродуктов, но и в первую очередь совместная разработка технологий создания и реализации региональных турпродуктов, являющих собой результат работы всех участников платформы. С этих позиций можно говорить о следующих исходных принципах, на которые должна опираться деятельность туристской технологической платформы:

- изначальная ориентация на современные технологии создания как локальных турпродуктов, так и регионального турпродукта в целом;
- адаптация технологических систем партнеров туристского сектора экономики, работающих на удовлетворение спроса не только туристов, но и местных жителей;
- разработка совокупных прорывных технологий с целью создания новых туристских рынков для регионального турпродукта и расширения рынков для локальных турпродуктов.

На выходе туристская технологическая платформа должна обеспечить решение следующих основных задач:

- приток частных инвестиций в туристский сектор экономики;
- повышение технологичности процесса воспроизводства как локальных турпродуктов, так и регионального турпродукта в целом;

- расширение высокотехнологичного экспорта, в том числе экспорта туристских технологий (турпродукты относят к так называемому скрытому экспорту, когда валюта или финансовые ресурсы прямо поступают в регион из других стран и регионов вместе с туристами);
- обеспечение условий для роста бизнеса, формирование новых высокотехнологичных компаний в экономике региона («умный» город-курорт, цифровые технологии);
- повышение эффективности использования туристских и других ресурсов, недопущение их ухудшения и тем более исчерпания, так как в противном случае устойчивое воспроизводство регионального турпродукта будет подорвано;
- решение значимых социальных проблем (сохранение, наращивание человеческого потенциала региона, отрасли, корпорации, страны, цивилизации; улучшение экологической обстановки, обеспечение безопасности).

Таким образом, под результатом реализации туристской технологической платформы необходимо понимать следующее.

Во-первых, это разработка методологии устойчивого воспроизводства регионального турпродукта, направленной на решение ряда ключевых задач. К ним относятся: 1) определение мотивационного ядра, обеспечивающего основные финансовые и туристские потоки в регион, структуры регионального турпродукта, его важнейших параметров; 2) привлечение необходимого и достаточного объема ресурсов; 3) совершенствование нормативно-правовой базы создания и реализации турпродуктов на основе участия всех заинтересованных сторон.

Во-вторых, результатом реализации туристской ТП следует считать увеличение экспортных возможностей региона, или, что то же самое, наращивание объема и структуры финансовых потоков в регион через турпоток, способный позитивно повлиять на социально-экономическое развитие региона, но без ущерба для состояния природной среды и других ключевых параметров устойчивого развития региона.

В-третьих, результатом реализации туристской ТП является приток частных инвестиций, т.е. создание новых компаний в сфере туризма или расширение компаний, уже действующих в данном регионе.

Собственно, в этом смысл изначального включения в туристскую технологическую платформу представителей бизнеса наряду с представителями системы власти, общества и науки. Для этого нужно улучшать условия для роста бизнеса. Не случайно опыт развития туризма в мире тесно связан с созданием так называемых свободных зон, налоговых гаваней, с предоставлением кредитных льгот и послаблений, гарантийных преференций со стороны государства или властей региона и т.д. И конечно, нужны соответствующие технологические новации, которые со временем смогли бы компенсировать льготные и прочие стартовые послабления участникам туристской ТП.

В-четвертых, особый упор делается на решение значимых социальных задач (сохранение и наращивание человеческого потенциала, обеспечение безопасности, благоприятной экологической обстановки, развитие образования, культуры). Это весьма принципиальный момент для туристской технологической платформы. При этом обоснование задач, ради решения которых она создается, должно исходить из учета прежде всего следующих проблем, с которыми придется сталкиваться участникам туристской ТП: 1) возникающие стратегические вызовы для создателей отечественных турпродуктов; 2) перспективы формирования новых рынков для локальных турпродуктов и комплексного регионального; 3) рост эффективности использования туристского потенциала туристско-рекреационного сектора экономики региона; 4) социальные проблемы; 5) новые продукты и технологии.

Таким образом, актуальность создания туристских технологических платформ в настоящее время определяется не только необходимостью повышения конкурентоспособности отечественных региональных турпродуктов на мировом туристском рынке, но и признанием того, что туризм начинает трансформироваться в «один из важнейших инструментов социального развития современного общества» [5].

При этом важно не упускать из виду, что технологическую платформу не следует рассматривать как некий промежуточный прием типа мозговой атаки или деловой игры, после проведения которой надобность в ней отпадает. Туристская ТП применительно к тому или иному региональному турпродукту – это отдельный самостоятельный и долговременный проект, рассчитанный не столько на разработку

и единовременный запуск данного регионального турпродукта, сколько на создание и поддержание алгоритма его устойчивого воспроизводства в течение длительного времени.

В связи с этим возникает проблема обязательной институционализации туристской технологической платформы как самостоятельного проекта, способного оказывать длительное реальное влияние не только на туристско-рекреационную сферу, но и на большинство сопряженных с туризмом отраслей экономики региона. Это означает, что маршрутная карта институционализации субъектно-объектных структур и их отношений деятельности в рамках туристской ТП представляет собой следующую схему: направления – тематика – проект – организация. Отсюда вытекают особые требования к потенциальным участникам платформы, которые должны специально подбираться из тех, кто желает, способен и имеет возможность совместно разрабатывать и реализовывать задуманный региональный турпродукт на базе туристской ТП.

Из анализа подходов к формированию и обеспечению функционирования туристской технологической платформы следует, что для получения современного регионального турпродукта необходимы целенаправленные, сопряженные и слаженные действия многих коллективов организаций, работающих как в регионе создания турпродукта, так и в регионах его реализации. Эти действия неизбежно будут осуществляться в реальных государственном, политическом, культурном, историческом, экологическом и прочих контекстах, которые обязательно будут влиять на содержание и формы создаваемого турпродукта локального, регионального и республиканского уровней. С этих позиций основное содержание турпродуктов будет определяться сложной архитектурой комплекса технологических систем отраслей, дислоцированных как на территории региона, так и за ее пределами.

* * *

На настоящем этапе развития туризма в мире любые объемы и любые качества туристских ресурсов, которыми располагает та или иная страна либо регион, являются всего лишь «сырьем» для создания и реализации турпродуктов. Превратить это сырье в востребованные тур-

продукты можно только при условии разработки и использования современных технологий. Без этого обеспечить конкурентоспособность турпродуктов в мировой экономике сегодня практически невозможно. Любые памятники природы, культуры и уникальные бальнеологические ресурсы и территории становятся востребованными в туризме только тогда, когда принимают конкурентоспособную форму турпродукта. До этого даже самые высококачественные бальнеологические ресурсы (воды, грязи с уникальными составами) не будут пользоваться спросом, древнейшие памятники архитектуры останутся заброшенными развалинами, а прекрасные горные и предгорные ландшафты – недоступными для туристских потоков.

Или наоборот, можно научиться преобразовывать туристские ресурсы региона в прекрасные локальные турпродукты самых разных типов и параметров, «упаковывать» их в бренды, но стоит только упустить из виду такие аспекты, как оптимальная рекреационная емкость региона, необходимость сопряженного функционирования всех отраслей и сфер региона в удовлетворении запросов и потребностей туристов, или предать забвению интересы местных жителей, как тут же начнут разрушаться качество турпродуктов, падать конкурентоспособность комплексного регионального турпродукта и вместо развития регион получит банкротство и огромные потери в бюджетах самого региона и его жителей.

Это указывает на то, что туризм все более становится «умным», наукоемким сектором экономики. А это означает, что ключевым фактором создания региональных турпродуктов в современных условиях является нарабатываемый интеллектуальный капитал, собственно, и составляющий основу информационных технологий, туристских технологических платформ, без которых ни один региональный турпродукт сегодня не в состоянии быть конкурентоспособным.

Список источников

1. *Владимирова О.Н., Дягель О.Ю.* Технологические платформы как коммуникационный инструмент реализации финансового потенциала развития российской экономики // Корпоративные финансы: Электронный журнал. – 2012. – № 2 (22). – С. 71–79. – URL: <https://cfjournal.hse.ru/article/view/1555> .

2. Волкова И.О., Бурда Е.Д. Сравнительный анализ состояния развития технологических платформ в Европейском Союзе и Российской Федерации // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Экономика и менеджмент. – 2016. – Т. 10, № 4. – С. 66–75.
3. Воронцова О.В. Технологические платформы: зарубежный опыт функционирования // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 9-1 (86-1). – С. 822–824.
4. Механик А., Оганесян Т. Кто поедет на платформе // Эксперт. – 2011. – № 35 (768). – URL: <http://expert.ru/expert/2011/35/kto-poedet-na-platforme/> (дата обращения: 03.04.2018).
5. Модернизация России: социально-гуманитарные измерения / Под ред. Н.Я. Петракова. – Москва; С.-Петербург: Нестор-История, 2011. – 448 с.
6. Орехова С.В. Технологические платформы и новая промышленная политика в России // Вопросы регулирования экономики. – 2017. – Т. 8, № 4. – С. 6–19.
7. Феномен рыночного хозяйства: векторы и особенности эволюции / Под ред. В.А. Сидорова, Я.С. Ядгарова, В.В. Чапли. – Лондон: LSP, 2017. – § 27.2. – С. 474–481.
8. Шарафутдинов В.Н. Региональный турпродукт: определение и ключевые параметры // Известия Сочинского государственного университета. – 2015. – № 3 (36). – С. 197–207.
9. Шарафутдинов В.Н., Яковенко И.М., Позаченюк Е.А., Онищенко Е.В. Крым: новый вектор развития туризма в России / Под ред. В.Н. Шарафутдинова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 364 с.; Доп. мат. – URL: <http://www.znaniium.com>.
10. Bilbao S., Lejarazu A., Herrero J. Dynamic packaging semantic platform for tourism intermediaries // International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism 2010: Proceedings Paper. – Lugano, Switzerland, 2010. Feb. 10–12. – Wien; New York: Springer, 2010. – P. 617–628.
11. Dezhina I. Technology platforms in Russia: a catalyst for connecting government, science, and business? // Triple Helix. – 2014. – No. 1 (6).
12. Proskuryakova L., Meissner D., Rudnik P. The use of technology platforms as a policy tool to address research challenges and technology transfer // Journal of Technology Transfer. – 2017. – No. 42 (1). – P. 206–207.
13. Shelyubskaya N. European technology platforms – from development of branch research priorities to clusters // Innovations. – 2012. – No. 9. – P. 51–57.
14. Touray K., Jung T. Exploratory study on contributions of ICTs to sustainable tourism development in Manchester // International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism: Proceedings Paper. – Lugano, Switzerland; Vienna, Austria, 2010. – P. 493–505.
15. Zehrer A., Frischhut B. TTR Tirol tourism research – a knowledge management platform for the tourism industry // International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism 2011: Proceedings Paper. – Innsbruck, Austria, 2011. – P. 431–441.

Информация об авторах

Шарафутдинов Владимир Насибуллович (Россия, Сочи) – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник. Сочинский научно-исследовательский центр РАН (354000, Сочи, ул. Театральная, 8А, e-mail: 398993@gmail.com).

Онищенко Елена Васильевна (Россия, Сочи) – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, ученый секретарь. Сочинский научно-исследовательский центр РАН (354000, Сочи, ул. Театральная, 8А, e-mail: elon@list.ru).

Наконечный Алексей Иванович (Россия, Сочи) – младший научный сотрудник. Сочинский научно-исследовательский центр РАН (354000, Сочи, ул. Театральная, 8А, e-mail: snicran@sochi.com).

DOI: 10.15372/REG20190106

Region: Economics & Sociology, 2019, No. 1 (101), p. 114–132

V.N. Sharafutdinov, E.V. Onishchenko, A.I. Nakonechny

TOURISM TECHNOLOGICAL PLATFORM AS A TOOL TO ENSURE THE COMPETITIVENESS OF REGIONAL TOURISM PRODUCTS

The article is devoted to the problems of developing tourist zones in Russia's economic space through designing and implementing tourism technological platforms providing sustainable reproduction of competitive regional tourism products. We consider the practices of applying tourism technological platforms abroad and prospects of their introduction in Russia. The authors conclude that now, while transitioning to the digital and «smart» economy, the introduction of the methodology of tourism technological platforms is an indispensable condition for increasing the competitiveness of domestic regional tourism products. The main research methods are the comparative and content analyses; the main research approaches are systemic, integrated and interdisciplinary ones. Research results can be used in elaborating the fundamental theory of tourism, concepts and strategies for the spatial development of Russian regions.

Keywords: tourism; tourism economy of region; regional tourism product; sustainable reproduction of regional tourism product; tourism technological platform; competitiveness of regional tourism product

References

1. *Vladimirova, O.N. & O.Yu. Dyagel.* (2012). Tekhnologicheskie platformy kak kommunikatsionnyy instrument realizatsii finansovogo potentsiala razvitiya rossiyskoy ekonomiki [Technological platforms as a communication tool for realizing the financial potential of the development of the Russian economy]. *Elektronnyy zhurnal Korporativnyye finansy* [Electronic Journal Corporate Finance], 2 (22), 71–79. Available at: <https://cfjournal.hse.ru/article/view/1555>.
2. *Volkova I.O. & E.D. Burda.* (2016). Sravnitelnyy analiz sostoyaniya razvitiya tekhnologicheskikh platform v Evropeyskom Soyuze i Rossiyskoy Federatsii [Comparative analysis of the state of development of technological platforms in the European Union and the Russian Federation]. *Vestnik Yuzhnogo Uralskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya «Ekonomika i Menedzhment»* [Bulletin of The Southern Ural State University. Series «Economics and Management»], Vol. 10, No. 4, 66–75.
3. *Vorontsova, O.V.* (2017). Tekhnologicheskie platformy: zarubezhnyy opyt funktsionirovaniya [Technological platforms: foreign experience of functioning]. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Journal of Economy and Entrepreneurship], 9-1 (86-1), 822–824.
4. *Mekhanik, A. & T. Oganesyana.* (2011). Kto poedet na platforme [Who will go on the platform]. *Ekspert* [Expert], 35 (768). Available at: <http://expert.ru/expert/2011/35/kto-poedet-na-platforme/> (date of access: 03.04.2018).
5. *Petrakov, N.Ya.* (Ed.). (2011). Modernizatsiya Rossii: sotsialno-gumanitarnyye izmereniya [Modernization of Russia: Socio-humanitarian Dimensions]. Moscow; Saint-Petersburg, Nestor-Istoriya, 201–211.
6. *Orekhova, S.V.* (2017). Tekhnologicheskie platformy i novaya promyshlennaya politika v Rossii [Industry platforms and new industrial policy in Russia]. *Voprosy regulirovaniya ekonomiki* [Journal of Economic Regulation], Vol. 8, No. 4, 6–19.
7. *Sidorov, V.A., Ya.S. Yadgarov & V.V. Chaplya* (Eds.). (2017). Fenomen rynochnogo khozyaystva: vektory i osobennosti evolyutsii [Phenomenon of the Market Economy: Vectors and Features of Evolution]. 27.2, 475–481. London, LSP.
8. *Sharafudinov V.N.* (2015). Regionalnyy turprodukt. Opredeleniye i klyuchevyye parametry [Regional tourist product. Definition and key parameters]. *Izvestiya Sochinskogo Gosudarstvennogo Universiteta* [Proceedings of Sochi State University], 3 (36), 197–207.
9. *Sharafudinov, V.N.* (Ed.), *I.M. Yakovenko, E.A. Pozachenyuk & E.V. Onishchenko.* (2017). Krym: novyy vektor razvitiya turizma v Rossii [Crimea: A New Vector of Tourism Development in Russia]. Moscow, INFRA-M Publ., 364. + Add. Materials. [Electronic resource; available at: <http://www.znaniyum.com>].

10. Bilbao, S., A. Lejarazu & J. Herrero. (2010). Dynamic packaging semantic platform for tourism intermediaries. International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism 2010. Proceedings Paper. Lugano, Switzerland, Feb. 10–12. Wien, New York, Springer, 617–628.
11. *Dezhina, I.* (2014). Technology platforms in Russia: a catalyst for connecting government, science, and business? *Triple Helix*, 1(6).
12. *Proskuryakova, L., D. Meissner & P. Rudnik.* (2017). The use of technology platforms as a policy tool to address research challenges and technology transfer. *Journal of Technology Transfer*, 42 (1), 206–227.
13. *Shelyubskaya, N.* (2012). European technology platforms – from development of branch research priorities to clusters. *Innovations*, 2012, 9, 51–57.
14. *Touray, K. & T. Jung.* (2010). Exploratory study on contributions of ICTs to sustainable tourism development in Manchester. International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism. Proceedings Paper. Lugano, Switzerland, Vienna, Austria, 493–505.
15. *Zehrer, A. & B. Frischhut.* (2011). TTR Tirol tourism research – a knowledge management platform for the tourism industry. International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism. Proceedings Paper. Innsbruck, Austria, 431–441.

Information about the authors

Sharafutdinov, Vladimir Nasibullovich (Sochi, Russia) – Candidate of Sciences (Economics), Leading Researcher at Sochi Research Center, Russian Academy of Sciences (8, Teatralnaya st., Sochi, 354000, Russia, e-mail: 398993@gmail.com).

Onishchenko, Elena Vasilievna (Sochi, Russia) – Candidate of Sciences (Economics), Senior Researcher, Scientific Secretary at Sochi Research Center, Russian Academy of Sciences (8, Teatralnaya st., Sochi, 354000, Russia, e-mail: elon@list.ru).

Nakonechny Alexei Ivanovich (Sochi, Russia) – Junior Researcher at Sochi Research Center, Russian Academy of Sciences (8, Teatralnaya st., Sochi, 354000, Russia, e-mail: snicran@sochi.com).

Поступила в редколлегию 05.03.2018.

После доработки 08.09.2018.

Принята к публикации 12.11.2018.