

Научная статья

Original article

УДК 33

doi: 10.55186/2413046X_2024_9_6_293

**РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ЦИФРОВИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ
АТТРАКЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА
DEVELOPMENT OF A PROJECT FOR DIGITALIZATION OF TOURIST
ATTRACTIONS AS A TOOL TO INCREASE THE ATTRACTIVENESS
OF THE CITY**



Пастернак Ксения Германовна, кандидат экономических наук, доцент Высшей школы сервиса и торговли, Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета, руководитель проектов ООО «Нева-Балт СПб», Санкт-Петербург

Pasternak Ksenia Germanovna, PhD in Economics, Associate Professor at the Higher School of Service and Trade, Institute of Industrial Management, Economics and Trade of St. Petersburg Polytechnic University, Project Manager of Neva-Balt SPb LLC, St. Petersburg

Аннотация. Статья посвящена разработке проекта цифровизации туристических аттракций в контексте повышения привлекательности города. Авторы исследуют влияние цифровых технологий на туристическую индустрию и предлагают инновационные подходы к улучшению опыта посетителей.

В ходе работы осуществляется анализ существующих исследований об использовании цифровых решений в туризме, а также рассматривается

примеры успешной реализации проектов цифровизации туристических объектов. Особое внимание уделено понятийному аппарату, связанному с цифровыми технологиями в туризме, таким как дополненная реальность, мобильные приложения и интерактивные стенды.

Кроме того, важно исследовать мнение самих туристов о цифровых технологиях в туризме, их предпочтения и ожидания. Это поможет создать наиболее адаптированные и привлекательные цифровые продукты для посетителей города.

Abstract. The article is devoted to the development of a project for digitalization of tourist attractions in the context of increasing the attractiveness of the city. The authors explore the impact of digital technologies on the tourism industry and propose innovative approaches to improving the visitor experience.

In the course of the work, the analysis of existing research on the use of digital solutions in tourism is carried out, and examples of successful implementation of digitalization projects of tourist facilities are considered. Special attention is paid to the conceptual apparatus associated with digital technologies in tourism, such as augmented reality, mobile applications and interactive stands.

In addition, it is important to explore the opinion of tourists themselves about digital technologies in tourism, their preferences and expectations. This will help to create the most adapted and attractive digital products for visitors to the city.

Ключевые слова: цифровизация туризма, цифровизация городов, цифровые технологии в туризме, интерактивные стенды

Keywords: digitalization of tourism, digitalization of cities, digital technologies in tourism, interactive stands

Введение (Introduction)

Последние пару десятков лет, мировая экономика заметно поменяла свой вектор развития в сторону цифровизации технологий и всех возможных ее отраслей, в том числе и индустрии гостеприимства. При этом нужно понимать, что долгие годы уровень оказания сервисных услуг на

отечественном рынке оставался крайне невысоким, виной тому ряд исторических событий: развал Советского союза и как следствие полное непонимание дальнейшей судьбы приватизированных объектов размещения (гостиницы, дома отдыха, пансионаты, санатории и т.д.) и питания (рестораны и кафе при гостиницах, а также отдельно расположенные предприятия общественного питания), которые в свою очередь, долгое время были объектами государственной собственности. Ну и конечно же немаловажным причиной неразвитости сервисных услуг, вытекающей как следствие из первой причины, вышеуказанной, является «цифровая незрелость» всей соответствующей туристской инфраструктуры – несоответствие уровня сервисных услуг мировому стандарту качества, к которому так привыкла большая часть российских туристов.

В современном мире цифровизация становится неотъемлемой частью развития городов и улучшения инфраструктурной составляющей туристических объектов. Развитие технологий не только упрощает жизнь людей, но и открывает новые возможности для создания уникальных туристических продуктов. В контексте данной статьи мы рассмотрим процесс разработки проекта цифровизации туристических аттракций как инструмента повышения привлекательности города. Анализ эффективности внедрения цифровых технологий в туризме позволит выявить потенциал развития этой сферы и определить перспективы использования инноваций для привлечения туристов и улучшения общего имиджа города.

Актуальность исследования (Relevance of research)

Внедрение цифровых решений в сферу туризма способно значительно улучшить опыт посещения туристами города, повысить эффективность и комфортность их пребывания, а также привлечь больше посетителей к знаковым культурно-историческим достопримечательностям разных уголков нашей страны. Цифровизация туристических аттракций открывает перед городами новые возможности для презентации своего культурного наследия,

истории и уникального облика с «цифровой стороны», тем самым подчёркивается заинтересованность со стороны государства в привлечении нового сегмента целевой аудитории туристов среди молодежи - поколение Z – представителей населения, рожденные в 2000-х гг., которые не представляют своей жизни без передовых технологий, ценящих в путешествиях технологичность, мультимедийность, практичность и коммуникационный подход во взаимодействии с окружающим миром.

Так, создание интерактивных мультимедийных экспозиций, мобильных приложений для самостоятельного осмотра достопримечательностей, виртуальных экскурсий и других цифровых продуктов способствует привлечению внимания широкой аудитории, кроме того, цифровые технологии позволяют улучшить управление туристическими потоками, оптимизировать инфраструктуру города и повысить безопасность посетителей.

Цель и задачи исследования

Цель исследования статьи на тему «Разработка проекта цифровизации туристических аттракций как инструмента повышения привлекательности» может заключаться в изучении возможностей современных цифровых технологий для трансформации туристических объектов и создания новых, привлекательных для посетителей пространств. В контексте исследования статьи о разработке проекта цифровизации туристических аттракций задачи могут быть сформулированы следующим образом:

1. Изучить существующие туристические аттракции и провести анализ их текущей привлекательности для целевой аудитории.
2. Исследовать современные цифровые технологии, которые могут быть применены для улучшения и модернизации туристических объектов.
3. Определить потребности и предпочтения потенциальных посетителей туристических аттракций с целью создания цифровых решений, способствующих повышению привлекательности этих мест.

4. Проанализировать существующие проекты по цифровизации туристических аттракций в различных странах и сферах применения для выявления лучших практик и успешных кейсов.
5. Разработать концепцию проекта по цифровизации туристических аттракций, включая создание плана действий, выбор необходимых технологий и инструментов, а также оценку бюджета и временных рамок.
6. Предложить рекомендации по внедрению разработанного проекта, а также способы оценки его эффективности и результативности после внедрения.

Выполнение этих задач позволит создать основу для успешной цифровизации туристических аттракций и повысить их привлекательность для посетителей за счет инновационных решений и технологий.

Материалы и методы

Современный мир – это мир постоянного прогресса и технологии, и к этому нужно уметь адаптироваться, чтобы извлечь пользу. В ближайшие десятилетия, грамотное применение цифровых технологий будет определять конкурентоспособность бизнеса и всех его участников. Естественно, цифровой прогресс затронет и туристические компании по всему миру, поэтому важно понимать каким образом можно использовать цифровой инструментарий с выгодой для своего бизнеса.

Для начала, стоит охарактеризовать понятие «цифровая экономика», которое было опубликовано в Программе «Цифровая экономика Российской Федерации» распоряжения Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 №1632-р, согласно которому цифровая экономика представляет собой трехуровневую систему взаимодействия основных направлений экономической деятельности и жизнедеятельностью современного человека (Рисунок 1):

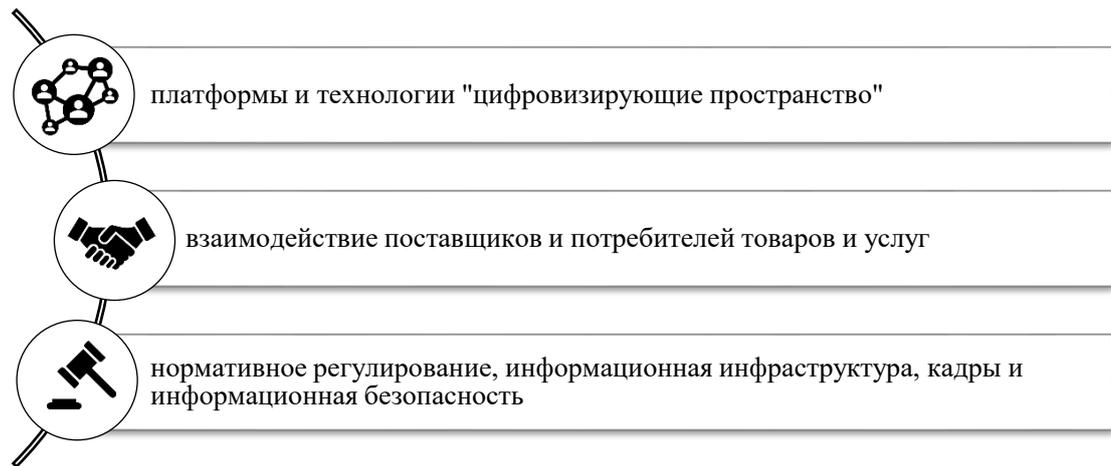


Рисунок 1. Основные составляющие (уровни) цифровой экономики

- 1) платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности);
- 2) рынки и отрасли экономики (сферы деятельности), где осуществляется взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг)
- 3) среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков и отраслей экономики (сфер деятельности) и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность

При этом важно понимать, цифровой инструментарий, разделенный на 8 основных групп и благодаря которому осуществляется передача всей необходимой информации будь то клиентская база или же информация о культурно-историческом объекте до конечного потребителя (Рисунок 2).

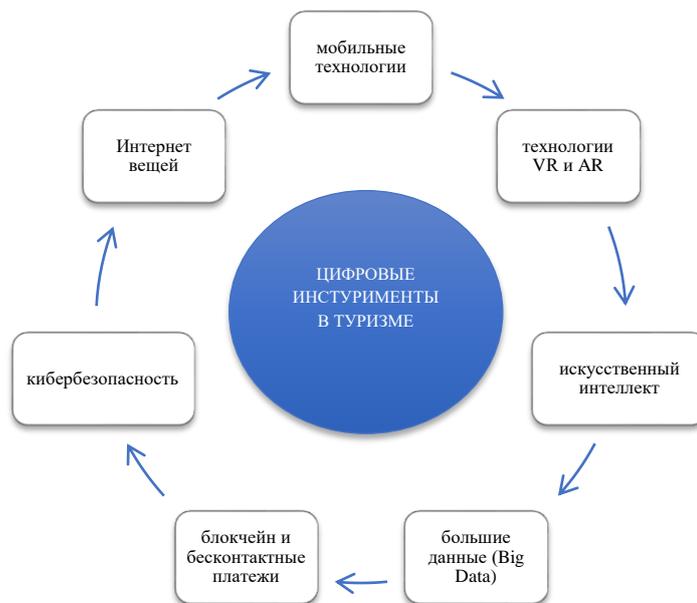


Рисунок 2. Основные виды цифрового инструментария в туризме

В первую очередь конечно же стоит сказать о *мобильных технологиях* как девайсе, ежедневное использование которого способно решить все необходимые вопросы, в том числе связанные с планируемым путешествием. Среди ключевых мобильных решений в туристической индустрии стоит отметить:

- Приложения для бронирования билетов, проживания, автомобилей;
- Поисковые системы для путешествий — помогают выбрать локацию или маршрут;
- Сервисы для навигации и помощи в незнакомом месте — упрощают ориентирование, подсказывают местонахождение инфраструктурных объектов;
- Виртуальные гиды — позволяют осматривать достопримечательности без привязки к чужому расписанию, в комфортном для себя темпе;
- Финансовые приложения — помогают рассчитывать бюджет в поездке, особенно при необходимости конвертации валюты.

Вторым подвидом цифрового инструментария является *Искусственный интеллект (ИИ)* т.е. система или машина, которая может имитировать человеческое поведение, чтобы выполнять задачи и постепенно обучаться,

используя собираемую информацию. На сегодняшний день, ИИ и машинное обучение используются в туризме для информирования клиентов, персонализации сервиса, динамического ценообразования. Более того, с помощью ИИ автоматические системы ценообразования авиакомпаний анализируют разные типы клиентов и формируют стоимость билетов с таким расчетом, чтобы заполнить как можно больше мест в самолете и избежать недоступности билетов.

Третьим цифровым инструментарием можно считать применение *технологий Больших данных (Big Data)* — это термин, который обозначает большие и неструктурированные объемы данных, получаемые из различных источников. Эти данные настолько велики, сложны и динамичны, что для их анализа необходимы специальные технологические решения. Так, в сфере туризма, собственный инструмент для анализа внутреннего туризма разработала СберАналитика - панель «Туризм» позволяет фильтровать турпоток по географии, сегментам, социально-демографическим характеристикам, потребительским моделям поведения на отдыхе. Информационно-аналитическая панель «Туризм» помогает выявить целевую туристическую аудиторию и точки роста для развития инфраструктуры и предоставляет руководству региона актуальную информацию о состоянии отрасли.

Четвертым цифровым инструментом туризма можно обозначить «*Интернет вещей*» (англ. *internet of things; IoT*) — сеть физических устройств, которые автоматически обмениваются данными через интернет. В зависимости от области применения, эти «вещи» могут быть бытовыми гаджетами (смартфон, умные часы) или сложным промышленным оборудованием.

Пятый цифровой инструмент – *Блокчейн* — это децентрализованная база данных, которая хранится одновременно на множестве компьютеров, связанных через интернет. Хранимую информацию нельзя удалить или

переписать. Можно использовать эту технологию для безопасных расчетов, снижения доли посредников в стоимости продукта и упрощения взаимодействия с поставщиками и пользователями услуг. Например, авиакомпании и отели могут принимать от клиентов платежи в криптовалюте без участия банков, что позволит удешевить билеты и проживание.

Шестой цифровой инструмент – *кибербезопасность*: потеря или утечка персональных данных, несанкционированный доступ к внутренней информации, вывод из строя программного обеспечения — это высокие финансовые и репутационные риски.

Конечно же стоит сказать и о седьмом цифровом инструменте – *технологии VR и AR (виртуальная реальность)* — эффективные маркетинговые инструменты, способствующие вовлечению клиентов и продвижению локации, тура, круиза или другого туристического продукта. Применение данных технологий можно использовать для проведения экскурсий по типу аудиовизуальных представлений (виртуальной и дополненной реальности), например: выставка-путешествие «Балабанов.Севкабель Порт», в ходе которой посетители смогут погрузиться в детство и юность режиссера, а также стать участниками съёмок легендарных фильмов «Брат» и «Брат 2». По результатам проведенных организаторами статистических исследований, ежедневная посещаемость данной выставки на протяжении всего периода работы была настолько высока как со стороны местных жителей, так и гостей города, что сроки ее проведения продлевались четыре раза, тем самым подтверждая популярность цифрового формата экскурсионного продукта среди туристов.

Результаты и обсуждение

Стоит сказать об *успешности применения AR – технологий в туристическом пространстве* нашей страны и в качестве примера, можно упомянуть проект компании *Triaxes* - мультимедийной инсталляции с объёмным изображением Иммануила Канта на острове Канта в городе

Калининград и фотостенды с виртуальными историческими героями: «Селфи с Петром I», «Селфи с Ф.М. Апраксиным», «Селфи с Торгильсом Кнутссоном» (город Выборг).

Проект в Калининграде представляет собой установленную мультимедийную цифровую фотопанель (высотой с человеческий рост) на которой установлена 3D - программа трехмерного изображения символа города – Иммануила Канта, который будучи одетым в исторический костюм, приветствует всех гостей Соборной площади острова и предлагает после экскурсии – рассказа об истории строительства города, проверки билетов у посетителей Кафедрального собора, предложит сделать совместное с туристами селфи (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Визуализация AR-технологий мультимедийной фотопанели «Селфи с Кантом» в городе Калининград

Фотостенд для селфи – это устройство, оборудованное сенсорным экраном, камерой, аудиосистемой и корпусом, включающим все необходимые компоненты, и управляется специальным программным обеспечением. Виртуальный персонаж, будь то историческая личность или персонаж мультфильма, приветствует посетителей и создает для них

фотографии. Посетители могут с легкостью получить на свои смартфоны селфи в компании выбранного персонажа. Более того, такой стенд может быть адаптирован для различных целей, например, обогащен информационными возможностями.

Фотопроект цифрового экрана в городе Выборг – относительно нов (начало работы фотостендов – 20 июля 2023 года), и представляет собой размещенные мультимедийные фотопанели с виртуальными историческими героями «Селфи с Петром I», «Селфи с Ф.М. Апраксиным», «Селфи с Торгильсом Кнутссоном» с знаковых мест города (Островная улица; Выборгская улица (Башня Ратуши); Петровская набережная).

При этом стоит отметить, что все три селфи-киоска выполнены с учётом противоречивого климата Выборгского района и надёжно защищены от воздействия окружающей среды, а также от вандализма. Общая приятная деталь для пользователей интерактивных киосков: USB разъемы установлены в каждом инфомате, то есть вы сможете не только получить историческую справку и сделать селфи со знаменитостью, но также и зарядить свои гаджеты.

В качестве предложения для интеграции проектов цифровых экранов, автор предлагает провести SWOT-анализ проекта «Селфи со знаковыми деятелями» и предложить перспективные варианты решения для последующего внедрения на федеральном уровне.

Таблица 1 - SWOT-анализ проекта цифровых экранов для последующей интеграции в туристических локациях

Сильные стороны	Слабые стороны
1. <i>Продвижение места размещения.</i> На экране демонстрируется персонаж, исполняемый профессиональным	1. <i>Незначительное число цифровых фотостендов на территории достопримечательностей по всей</i>

<p>актером. С помощью грима и компьютерной обработки создается задуманный образ. Сценарий задает живой диалог с посетителями, что вызывает позитивные эмоции, погружает в исторический контекст места, стимулирует интерес к личности героя, времени и событиям. Фотостенд через персонажа создает с гостями совместные снимки (селфи) и отправляет фото по QR-коду, по электронной почте или по коду с сайта;</p>	<p><i>стране:</i> малоизвестный проект, который не смог до сегодняшнего дня получить поддержки на федеральном уровне;</p>
<p>2. <i>Информационно-познавательная функция.</i> На стенде размещен информационный блок с видео, фотографиями и текстами, содержащий справочную и образовательную информацию. Кроме того, персонаж при общении с посетителями делится информацией о месте, приводит цитаты, даёт советы и так далее;</p>	<p>2. <i>Отсутствие информации о проекте цифровых фотостендов:</i> турист может узнать о размещении стендов «наобум», в открытых источниках и на официальных туристических порталах Комитета по внешним связям и туризму (г.Выборг), Туристско-информационный центр Выборского района и Министерства культуры и туризму Калининградской области, Туристическом портале Калининградской области.</p>
<p>3. <i>Реклама.</i> Гости, получив совместное фото с персонажем (исторической личностью, «героем места»), персонализируют свое отношение к истории, делятся</p>	<p>3. <i>Относительная вандалоустойчивость:</i> наличие цифровой панели может быть недостаточно защищено от вандалов.</p> <p>4. <i>Ограниченная возможность информационного блока:</i> до 10 страниц текста и фото.</p>

<p>фотографиями в социальных сетях, таким образом информируя своих друзей и стремясь узнать больше о личности персонажа;</p> <p>4. <i>Выставки.</i> Фотостенд станет привлекательным элементом вашей экспозиции на выставке, расскажет о туристическом месте или продукте, оставит посетителям памятные фотографии;</p> <p>5. <i>Стенд также может выполнять ряд важных функций:</i> проверить билет (считать/сравнить штрих-код) на посещение культурно-исторического объекта либо локации, принимать оплату по QR коду (Система Быстрых Платежей), отправлять фото с гостем в соцсеть персонажа (спросив разрешение у гостя);</p> <p>6. <i>Возможность смены языка интерфейса (китайский, арабский, английский и др.)</i></p>	
Возможности	Угрозы
<p>1. <i>Продвижение проекта «Селфи с историей»</i> на федеральном уровне: установка фотопанелей в Северо-западном регионе (в главных исторических локациях):</p>	<p>1. <i>Отсутствие заинтересованности и поддержки со стороны государства в популяризации проектов;</i></p> <p>Конкуренты: наличие других</p>

<ul style="list-style-type: none"> • разработка мобильного приложения проекта; • разработка навигации на туристических сайтах регионов – visit (на примере visit-petersburg.ru); <p>2. <i>Продвижение платформы виртуальных музеев и онлайн-витрин в иммерсивном формате</i> (компания ООО «3Д Платформ») – сервис по сохранению и популяризации культурного кода России через оцифровку культурного наследия.</p>	<p>технологических решений или форм информационной поддержки для туристов может препятствовать привлечению внимания к цифровым экранам.</p> <p>2. <i>Технические проблемы:</i> возможны сбои в работе оборудования, а также сложности с обновлением и поддержкой контента на цифровых экранах и доставкой необходимых комплектующих.</p> <p>3. <i>Безопасность данных:</i> возможные угрозы добычи данных или взлома системы могут повлечь за собой утечку конфиденциальной информации или нарушение работы цифровых экранов.</p>
--	---

На основании представленного в Таблице 1 SWOT-анализа, автором был предложен пилотный проект-предложение популяризации и установки цифровых панелей «Селфи с историей» на примере Северо-западного региона, а именно Санкт-Петербурга. Установка цифровой панели «Селфи с Петром» на месте исторического основания Петербурга на Заячьем острове (ныне Петропавловской крепости) как представлено на Рисунке 4 планируется между Колокольной Петропавловской крепости и Ботным домиком.

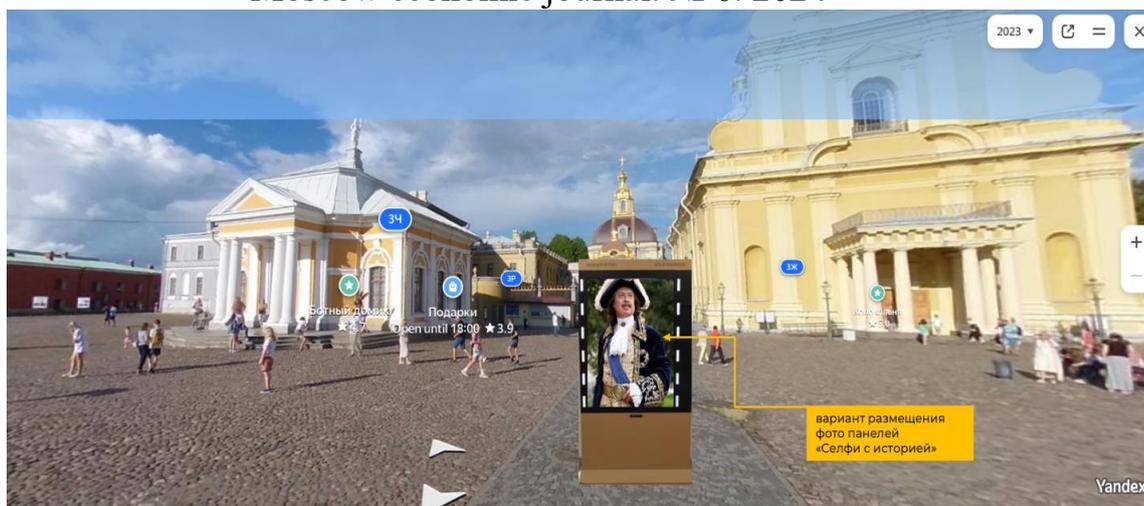


Рисунок 4 – Визуальный вариант размещения фото-панели «Селфи с историей» - «Селфи с Петром I» на территории Петропавловской крепости

Локация выбрана автором не случайно, ведь именно здесь 27 мая 1703 года была заложена Петропавловская крепость, которая ознаменовала великое начало строительства имперского и величественного Санкт-Петербурга на земле, отвоеванной у шведов. Проект фотопанели «Селфи с Петром I» предполагается индивидуально разработанный образ виртуального героя (в данном случае – Петра I): планируется к выполнению индивидуальная видеосъемка актера в студии с параллельной записью звука согласно выбранному сценарию (от выбора студии до выбора режиссера), компьютерная необходимая обработка отснятого видео и создания нескольких вариантов сцен и фотографий для разных сценариев и сюжетных переходов.

Финансовая составляющая проекта состоит из нескольких технических частей и включает в себя: программную систему Triaxes Selfie Booth, видеоматериалы, оборудование для улицы и помещений, а также варианты технической поддержки с учетом использования интернет-сервера для передачи фото, сопровождения, технической поддержки и обновления программы. Более подробный варианты общей стоимости проекта

представлен в Таблице 2 (расчет был сделан с учетом проекта размещения на Петропавловской крепости «Селфи с Петром I»).

Таблица 2 – Смета затрат на один фотостенд «Селфи с Петром I»

Наименование затрат	Стоимость (руб)
Программная система Triaxes Selfie Booth	150.000
Видеоматериалы	500.000
Оборудование для улицы	850.000
Оборудование для помещения	350.000
<i>Итого (без технической поддержки):</i>	1.500.000
Техническая поддержка в первый год – бесплатно, начиная со второго года – 2000 рублей в месяц	

Согласно представленным расчетам, стоимость одной единицы оборудования включая программную систему, видеоматериалы, оборудование для улицы (так как размещение предполагается на площади Петропавловской крепости) составляет один миллион пятьсот тысяч рублей, без учета технической поддержки, оплата помесечная которой начинается со второго года использования.

Заключение (Conclusions)

Результаты исследования показывают, что разработка проекта цифровизации туристических аттракций является перспективным инструментом для повышения привлекательности туристической дестинации. Внедрение современных цифровых технологий позволяет не только улучшить пользовательский опыт посетителей, но и сделать пребывание в туристическом месте более интересным, запоминающимся и комфортным.

Следует отметить, что успешная реализация проекта «Селфи с историей» на примере проекта цифровизации «Селфи с Петром I» требует комплексного подхода, начиная от анализа потребностей посетителей и выбора подходящих технологий, заканчивая дальнейшим мониторингом и оценкой эффективности внедренных решений. Важно также учитывать уникальные особенности каждой туристической аттракции и адаптировать цифровые инновации под их специфику.

Таким образом, развитие проекта цифровизации туристических аттракций может стать ключевым инструментом для привлечения туристов, создания уникальных и запоминающихся впечатлений, а также повышения общей привлекательности туристической дестинации в целом. Внедрение цифровых технологий в туризм способствует развитию индустрии и поддержанию ее конкурентоспособности в условиях современного рынка.

Список источников

1. Банке Б., Бутенко В., Котов И., Рубин Г., Тушен Ш., Сычева Е. Россия онлайн? Нельзя догнать отстать [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://russiaonline.info/story/digitalization-impact> (дата обращения: 26.06.2024).
2. Морозова, Н. С. Конкурентные преимущества в туризме и гостиничном бизнесе в условиях глобальной цифровизации / Н. С. Морозова, М. М. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2020. – № 1. – С. 60-64. – DOI 10.25586/RNU.V9276.20.01.P.060. – EDN TZMENB.
3. Ми, Ш. Особенности продвижения туристской дестинации в условиях цифровой трансформации / Ш. Ми // Горизонты экономики. – 2023. – № 6(79). – С. 96-99. – EDN RRSHSE.
4. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации: сайт URL: <https://culture.gov.ru> (дата обращения: 02.06.2024)
5. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации: сайт URL: <https://economy.gov.ru>

6. Официальный сайт компании Triaxes: сайт URL: <https://triaxes.com/ru/about/> (дата обращения: 26.06.2024)
7. Протокол президиума Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности от 28 мая 2019 г. No9 [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/pasport-federalnogo-proekta-tsifrovyie-tehnologii.pdf> (дата обращения: 26.05.2024).
8. Розанова, Т. П. Продвижение туристских дестинаций в онлайн среде: возможности и противоречия / Сочи-Адлер, 31 марта – 03 2022 года. – Майкоп: ООО "Электронные издательские технологии", 2022. – С. 176-183. – EDN VICITC.
9. Туристический портал «Санкт-Петербурга» [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://visit-petersburg.ru/infovisit/lp/bookatrip/> (дата обращения: 25.06.2024)
10. Трамова А.М., Тлупова К.Т., Канкулова З.Р. Влияние особенностей цифровизации туристского пространства на развитие туристских дестинаций [Электронный ресурс]//Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41406954> (дата обращения 20.06.2024)

References

1. Banke B., Butenko V., Kotov I., Rubin G., Tushen Sh., Sycheva E. Russia online? It is impossible to catch up and fall behind [Electronic resource]// Access mode: [http://russiaonline.info/story / digitalization-impact](http://russiaonline.info/story/digitalization-impact) (date of reference: 06/26/2024).
2. Morozova, N. S. Competitive advantages in tourism and the hotel business in the context of global digitalization / N. S. Morozova, M. M. Morozov // Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society. – 2020. – No. 1. – pp. 60-64. – DOI 10.25586/RNU.V9276.20.01.P.060. – EDN TZMENB.

3. Mi, Sh. Features of the promotion of a tourist destination in the context of digital transformation / Sh. Mi // Horizons of economics. – 2023. – № 6(79). – Pp. 96-99. – EDN RRSHSE.
4. Official website of the Ministry of Culture of the Russian Federation: website URL: <https://culture.gov.ru> (date of access: 06/02/2024)
5. Official website of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation: website URL: <https://economy.gov.ru>
6. The official website of the Triaxes company: website URL: <https://triaxes.com/ru/about/> (date of access: 06/26/2024)
7. Protocol of the Presidium of the Government Commission on Digital Development, the Use of Information Technologies to improve the quality of life and business Conditions dated May 28, 2019 No9 [Electronic resource]// Access mode: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/pasport-federalnogo-proekta-tsifrovyye-tehnologii.pdf> (accessed: 05/26/2024).
8. Rozanova, T. P. Promotion of tourist destinations in the online environment: opportunities and contradictions / Sochi-Adler, March 31 – 03 2022. – Maikop: Electronic Publishing Technologies LLC, 2022. – pp. 176-183. – EDN VICITC.
9. The tourist portal of St. Petersburg [Electronic resource]// Access mode: <https://visit-petersburg.ru/infovisit/lp/bookatrip/> (date of access: 06/25/2024)
10. Tranova A.M., Tlupova K.T., Kankulova Z.R. The influence of the features of digitalization of the tourist space on the development of tourist destinations [Electronic resource]//Access mode: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41406954> (accessed 06/20/2024)

© Пастернак К.Г., 2024. Московский экономический журнал, 2024, № 6.