

Научная статья
УДК: 327; 379.85
DOI: 10.48612/rg/RGW.22.3

Цифровые технологии международного туризма: мировой опыт

Анна Сергеевна Матвеевская ✉

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

AnnaMatveevskaya@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-2056-5557>

***Аннотация.** Международный туризм является одним из основных видов международной экономической деятельности, сложной и комплексной сферой, оказывающей существенное влияние как на структуру и общую ситуацию в мировой экономике, так и на хозяйства большинства стран и отдельных регионов мира. Туристская деятельность является информационно насыщенной сферой. Актуальность избранной темы подкрепляется тем, что в современных условиях цифровизация становится фактором, который стимулирует сотрудничество, расширяя возможности туризма, упрощающая взаимодействия туристов с работниками смежных сфер, создавая новые форматы экскурсий, расширяя возможности для брендинга и городского туризма. Современный мир интенсивно управляется цифровыми данными, объем цифрового следа, оставленного пользователями, широко используется во многих секторах с целью повышения конкурентоспособности. Эффективность деятельности туристской системы напрямую зависит от информационной базы данных и цифровых технологий. Целью исследования является анализ использования цифровых технологий в вопросах управления туризмом. Большие данные требуют от государства инновационных шагов, в частности объединения государственных и частных технологических компаний для развития сферы туризма. В рамках исследования были выявлены особо важные для индустрии туризма типы данных, которые включают: данные инвентаризации, программы лояльности, данные о бронировании, идентификационные данные пользователя, данные веб-аналитики, поисковые данные, отзывы туристов. В статье представлены данные об использовании цифровых технологий правительствами государств-членов ЮНВТО на национальном, региональном и местном уровнях. Приведенные в работе тематические исследования демонстрируют применение цифровых данных для содействия устойчивости и конкурентоспособности туристских направлений. Россия также стремится к активному использованию цифровых технологий на практике, для роста конкурентоспособности и достижению уровня мировых лидеров в развитии цифровой инфраструктуры. Отмечается, что в мировых рейтингах по готовности к использованию информационно-коммуникационных технологий, Российская Федерация демонстрирует среднемировые показатели, однако, обходит Китай и Бразилию. Принятые программные документы на правительственном уровне, демонстрируют стремление государства к развитию цифровизации российского туризма. Практический опыт рассмотренных в статье стран может быть использован Россией при организации внутреннего и въездного туризма на длительную перспективу.*

Ключевые слова: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ; ЦИФРОВЫЕ ДАННЫЕ; КОММУНИКАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ; ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ; РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИИ

Для цитирования: Матвеевская А.С. Цифровые технологии международного туризма: мировой опыт // Россия в глобальном мире. 2022. № 22(45). С. 31–41. DOI: 10.48612/rg/RGW.22.3

Original article

Digital technologies of international tourism: world experience

Anna S. Matveevskaya ✉

Saint-Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

AnnaMatveevskaya@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-2056-5557>

Abstract. *International tourism is one of the main types of international economic activity, a complex sphere that has a significant impact both on the structure and general situation in the world economy, and on the economies of most countries and the regions of the world. Tourist activity is an information-rich sphere. The relevance of the chosen topic is reinforced by the fact that in modern conditions, digitalization is becoming a factor that stimulates cooperation, expanding tourism opportunities, simplifying the interaction of tourists with workers in related fields, creating new formats of excursions, expanding opportunities for branding and urban tourism. The modern world is intensively managed by digital data, the amount of digital footprint left by users, is widely used in many sectors in order to increase competitiveness. The effectiveness of the tourist system directly depends on the information database and digital technologies. The purpose of the study is to analyze the use of digital technologies in tourism management. Big data requires innovative steps from the state, in particular, the unification of public and private technological companies for the development of the tourism sector. The study identified the important types of data for the tourism industry, which include: inventory data, loyalty programs, booking data, user identification data, web analytics data, search data, tourist reviews. The article presents data on the use of digital technologies by the governments of UNWTO Member States at the national, regional and local levels. The case studies presented in the paper demonstrate the application of digital data to promote the sustainability and competitiveness of tourism destinations. Russia is also committed to the active use of digital technologies in practice, to increase competitiveness and reach the level of world leaders in the development of digital infrastructure. It is noted that in the world rankings on readiness to use information and communication technologies, the Russian Federation demonstrates world the average indicators, however, bypasses China and Brazil. The adopted program documents at the government level demonstrate the state's desire to develop the digitalization of Russian tourism. The practical experience of the countries considered in the article can be used by Russia in the organization of domestic and inbound tourism for the long term.*

Keywords: INTERNATIONAL TOURISM; DIGITAL DATA; COMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES; WORLD TOURISM ORGANIZATION; TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

For citation: Matveevskaya A.S. Digital technologies of international tourism: world experience. *Russia in the Global World*. 2022; 22(45): 31–41. (In Russ.). DOI: 10.48612/rg/RGW.22.3

Введение. XXI век фиксирует цифровой переход с беспрецедентным объемом данных во всем мире [1]. По оценкам Организации Объединенных

Наций, за последние пару лет было получено 90% данных, которые, по прогнозам, будут увеличиваться на 40% ежегодно. В период пандемии COVID-19 цифровизация различных секторов и повседневной жизни ускорилась, что привело к еще большей тенденции роста объема данных [2]. Источники больших данных различны, в большинстве случаев они содержат цифровой след [3] пользователей с мобильных телефонов, кредитных карт и социальных сетей.

В туризме к источникам цифровых данных относятся:

- системы связи, например, данные мобильных сетей, социальные сети;
- интернет (индивидуальные / деловые веб-сайты);
- данные о транзакциях (системы бронирования авиабилетов, розничные транзакции);
- физические датчики (точки интереса / информация);
- краудсорсинг (изображения и контент с платформ YouTube, TripAdvisor и т.д.) [4].

Информация также входит в перечень основных параметров в производстве туристских услуг [5]. Потенциальный путешественник имеет возможность получения необходимой информации о туристской дестинации и ее ресурсах. В ходе самого путешествия турист может поделиться информацией о тех впечатлениях, которые он приобрел в течение поездки. Зарубежная научная литература широко и устойчиво использует термин «экономика впечатлений» [6]. Интеграция и цифровизация бизнес-процессов формирует цифровую экономику, для которой сама информация, а также возможности доступа к ней играют наиважнейшую роль. Новые требования к информационно-коммуникационной среде, информационным сервисам и системам являются важным и необходимым условием цифровой экономики [7].

Материалы и обсуждение. В современных условиях цифровизация становится фактором, который стимулирует сотрудничество [8], расширяя возможности туризма, упрощая взаимодействие туристов с работниками смежных сфер, создавая новые форматы экскурсий, расширяя возможности для брендинга и городского туризма [9]. Данная тенденция рассматривалась как ключевой драйвер индустрии в 2010-х годах. Тем не менее, в 2020 г. обнаружили другие значимые факторы международной кооперации в сфере туризма. Пандемия Covid-19 стала одной из

чрезвычайных ситуаций в глобальном масштабе, которая послужила драйвером развития и использования информационно-коммуникационных технологий [10; 11].

Широкое использование Интернета, начиная с 1990-х годов, создало постоянно растущий объем данных [12]. Данная проблематика горячо обсуждалась как в академических кругах, так и в рамках международных правительственных организаций с целью эффективного и ответственного использования «больших данных» для бизнеса [13], политического управления и социального благополучия [14]. Правительства разных стран в пандемию начали активно применять большие данные для мер по борьбе с коронавирусной инфекцией, отслеживая мобильность и контакты пользователей, анализируя здоровье граждан [15].

Особо важные для индустрии туризма типы данных включают следующие:

- данные инвентаризации: любой туристский продукт для бронирования или продажи, например, авиабилеты, номера в гостиницах, туры, прокат автомобилей, трансферы;

- программы лояльности: такие как TrueBlue Airlines, Skyteam и S7 Priority в авиационной отрасли, генерируют структурированные и централизованные данные, которые доступны бизнесу в режиме реального времени;

- данные о бронировании: содержат информацию о туристском продукте, датах поездки, пункте отправления и назначения, личную информацию о потребителе, а также цене покупки и способе оплаты;

- идентификационные данные пользователя: включают в себя логин или имя пользователя, веб-файлы cookie, идентификатор устройства;

- данные веб-аналитики: представляют сбор и анализ информации для понимания и оптимизации использования веб-сайтов. Технологии веб-аналитики анализируют любую статистику, оставленную пользователями при посещении веб-сайта или приложения;

- поисковые данные: относятся к критериям поиска на цифровых платформах. Данная информация представляет собой один из самых богатых наборов данных, поскольку они показывают, что на самом деле ищут пользователи [16];

– отзывы туристов: данные о туристских продуктах и услугах на туристских платформах, таких как Tripadvisor, Booking, Google [17].

В декабре 2021 г. ЮНВТО (Всемирная туристская организация) обнародовало данные об использовании цифровых технологий правительствами государств-членов ЮНВТО на национальном, региональном и местном уровнях [18]. Проведенное исследование представляет передовые методы, демонстрирующие потенциальное использование данных для:

1. отслеживания и мониторинга потоков посетителей;
2. определения предпочтений посетителей;
3. анализа удовлетворенности и настроений посетителей;
4. оценки расходов;
5. прогнозирование поведения посетителей.

Приведем некоторые конкретные примеры государств-членов ЮНВТО, использующих в своей практике цифровые данные в сфере туризма [19].

Стратегия Республики Корея в сфере туризма направлена на использование больших данных, с целью анализа туристских потоков и доходов для повышения эффективности управленческих решений. Корейская туристская организация в сотрудничестве с некоторыми корейскими туроператорами провела исследование для поддержки разработки стратегий, направленных на привлечение профилей конкретных посетителей из соседних стран, в частности из Китая. Исследование показало важность данных о профилях посетителей и их заинтересованность в корейских продуктах. Полученные данные демонстрируют, что 55% китайских пользователей, которые искали «тур по Корее», были в основном женщинами в возрасте от 20 до 30 лет. Данные результаты облегчили внедрение маркетинговых стратегий в туристские продукты, отвечающие потребностям китайских посетителей и их культурным интересам.

Первым городом Южной Америки, создавшим цифровую платформу, стал Буэнос-Айрес. Данная структура нацелена на эффективность стратегий маркетинга, а также для выявления новых деловых и инвестиционных возможностей для компаний и предпринимателей в этом направлении. Данные, полученные с помощью

различных инструментов, включают в себя информацию о поиске, бронировании и трансфере пассажиров. Платформа отслеживает поведение посетителей в районах города, позволяя анализировать стандарты качества туристских услуг и продуктов. Другой ключевой вклад этого проекта связан с получением большего объема данных о посетителях и их моделях потребления и поведения в различных районах города. Актуальная информация поможет с определением стратегии развития туризма в городе, включая регулирование часов работы туристских объектов и усовершенствование маркетинговых действий для увеличения числа посетителей [20].

Еще в 2001 г. Организация Экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) определили «цифровой разрыв» как разрыв в доступе к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) между отдельными людьми, домашними хозяйствами, предприятиями и географическими районами на различных социально-экономических уровнях [21]. Такой цифровой разрыв в туристской сфере наиболее выражен в странах азиатского региона. Средний региональный балл готовности к использованию ИКТ по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма за 2019 год в развивающихся странах Азии составляет всего 4,6 (из 7). Это соответствует среднемировому показателю. Наиболее успешными экономиками региона в сфере цифровизации являются Япония, Новая Зеландия, Республика Корея, Сингапур, Гонконг и Китай [22]. Эти страны обладают более высокими показателями готовности к ИКТ в сравнении с Соединенными Штатами и некоторыми странами из Европейского союза. Российская Федерация в рейтинге по готовности к использованию ИКТ занимает 48 место со средним баллом в 5,3, обходя Китай (5,0) [23], Бразилию (4,8), Индию (3,6).

Многие страны разработали и начали реализовывать стратегию цифровой экономики: в 2005 г. – Сингапур, в 2006 – Австралия, в 2008 – Великобритания и Гонконг, в 2009 – Норвегия, в 2010 – Канада, в 2012 – Малайзия, в 2013 – Республика Корея, в 2015 – Индия и Новая Зеландия.

Россия также стремится к активному использованию цифровых технологий на практике [24]. В России программа «Цифровая экономика Российской Федерации» принята еще в 2017 г. Ряд положений программы были использованы и в стратегии развития туризма в России на период до

2035 года [25]. Стратегия предполагает создание федерального центра маркетинговых компетенций, который может стать инициатором запуска национальной туристской системы на единой онлайн-площадке.

В рамках национальных проектов России 2018–2024 гг., необходимо отметить Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [26]. Данный проект разрабатывается в новой реальности и учитывает современные вызовы:

- наличие потребительского запроса на расширение цифрового пространства российского туризма (повышение качества и привлекательности информационного контента, расширение ассортимента туристских онлайн-сервисов и цифровизация пользовательского опыта);

- цифровая трансформация управления в сфере туризма.

24 декабря 2021 г. Правительство Российской Федерации издает постановление «Об утверждении государственной программы РФ «Развитие туризма» [27]. Постановление констатирует, что росту конкурентоспособности и раскрытию потенциала туристского продукта Российской Федерации будут способствовать среди прочего – достижение уровня мировых лидеров в развитии цифровой инфраструктуры и бесконтактных сервисов, развитие цифровых платформ продвижения туристских продуктов и брендов, цифровых средств навигации и формирования туристского продукта.

Программой предусмотрено достижение следующих целей:

- создание и внедрение цифровых решений, обеспечивающих гражданам доступ к информации о возможностях отдыха внутри страны, а также к туристским цифровым сервисам;

- реализация мероприятий по цифровизации государственного управления в сфере туризма;

- усовершенствование государственного управления в сфере туризма.

Заключение. Использование цифровых технологий требует от государства инновационных шагов [28], в частности объединяя государственные и частные технологические компании для развития сферы туризма. Как показывает мировой опыт, партнерство частного и государственного секторов, используя беспрецедентный объем цифровых

данных, нацелено на анализ современного туристского рынка, а также на разработку мер по реагированию на запросы нынешних потребителей.

Так, Россия может принять во внимание рассмотренные примеры стран-членов ЮНВТО, которые демонстрируют:

– использование цифровых данных для понимания поведения пользователей и продвижения преимуществ партнерских отношений в области туризма с технологическими компаниями;

– потенциал анализа цифровых данных для мониторинга и влияния на поведение туристов в городе, регулирование длины очередей и улучшение впечатлений от города как для жителей, так и для гостей города;

– применение цифровых данных может быть эффективным механизмом в регулировании популярных направлений, поскольку мониторинг в режиме реального времени помогает фиксировать неожиданные скопления посетителей и предоставлять инструменты менеджерам объектов и транспортным операторам в разработке как немедленных, так и долгосрочных мер.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Arseniev D.G., Trostinskaya I.R., Pozdeeva E.G., Evseeva L.I.** (2019), Processes of changes in the educational environment under the influence of digital technologies. SPBPU IDE'19: Proceedings of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy, 60. DOI: 10.1145/3372177.3377547.
2. **Матяшова Д.О., Погодина В.Л., Матвеевская А.С.** Перспективные пути восстановления мировой туристской индустрии после пандемии COVID-19 // Актуальные проблемы современной политической науки. Сборник научных трудов. СПб., 2021. С. 207–214.
3. **Evseeva L.I., Bashkarev A.A., Pozdeeva E.G., Tarakanova T.S.** (2017), Technologies of political system modernization in new communicative environments. The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. pp. 349–356.
4. **Dredge D., Phi G., Mahadevan R., Meehan E., Popescu E.S.** (2018), Digitalization in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen.
5. **Khatri I.** (2019), Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. Journal of Tourism & Hospitality Education 9, pp. 74–87.
6. **Neidhardt J., Wörndl W.** (2020) Information and Communication Technologies in Tourism 2020. Proceedings of the International Conference in Surrey, 2020, Springer, 322 p.
7. **Морозов М.А., Морозова Н.С.** Новая парадигма развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2018. №1. С. 135–141.

8. Поздеева Е.Г., Евсеева Л.И. Социальный и личностный потенциал модернизирующегося общества // Глобальные социальные трансформации XX – начала XXI вв. (к 100-летию Русской революции): материалы научной конференции XI Ковалевские чтения. Отв. Редактор: Ю.В. Асочаков. 2017. С. 360–363.
9. Pogodina V., Yakovleva S., Matveevskaya A., Evseev V.V. (2021), Geo-branding as a tool for realizing Russia's interests in the international arena. *Springer Geography*. pp. 396–407. DOI: 10.1007/978-3-030-58263-0_35.
10. Brouder P. (2020), Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*. 22 (3) 484–490.
11. Асатова К.А. Влияние COVID-19 на сферу туризма в Испании // Россия в глобальном мире. 2021. № 18 (41). С. 7–14.
12. Shipunova O., Evseeva L., Pozdeeva E., Evseev V.V., Zhabenko I. (2019), Social and educational environment modelling in a future vision: infosphere tools. *E3S Web of Conferences* 110, 02011. DOI: 10.1051/e3sconf/201911002011.
13. Ghotkar M., Rokde P. (2016), Big Data: How It Is Generated and Its Importance. *IOSR Journal of Computer Engineering*. pp.01–05.
14. Тараканова Т.С. Политико-коммуникативные технологии в интернет-пространстве // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2011. Т.2. № 4. С. 91–97.
15. Official website of UNWTO. Available at <https://www.unwto.org> (accessed: 13.01.2022).
16. Vasileva O., Tarakanova T. (2020), Communication in the formation of the institutional environment in the tourism industry. *DEFIN2020: III International Scientific and Practical Conference Saint Petersburg Russia March, 66*, pp. 1–4. DOI: 10.1145/3388984.3390952.
17. BBVA. 2020. The Five V's of Big Data. Available at <https://www.bbva.com/en/five-vs-big-data/> (accessed: 17.01.2022).
18. Global Trends in Travel and Tourism // Euromonitor International. Available at <https://www.euromonitor.com/> (accessed: 19.01.2022).
19. Global Trends in Travel and Tourism // Euromonitor International. Available at <https://www.euromonitor.com/> (accessed: 19.01.2022).
20. Official website of The World Travel & Tourism Council. Available at <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (accessed: 17.01.2022).
21. Tourism Recovery Tracker. UNWTO. Available at <https://www.unwto.org/unwto-tourism-recovery-tracker> (accessed: 10.01.2022).
22. Official website of United Nations Department of Economic and Social Affairs. Available at <https://www.un.org> (accessed: 16.01.2022).
23. Li J., Pogodin S., Vasilyeva E. (2022), Digitalization Strategy in the BRICS Countries: Towards the Partnership. *Lecture Notes in Networks and Systems* 246, pp. 735–744 DOI: 10.1007/978-3-030-81619-3_82.
24. Медведева А.М., Ягья Т.С. Развитие рынка электронной коммерции в Китайской Народной Республике // Россия в глобальном мире. 2021. № 19 (42). С. 7–16.
25. Туманова К.С. Современные технологии управления: цифровизация публичной политики // Россия в глобальном мире. 2021. № 19 (42). С. 94–102.
26. Захарчук П.Г., Тараканова Т.С. Использование технологий событийного маркетинга организациями туристической индустрии, оперирующими в онлайн сфере // Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. 2019. С. 221–224.
27. Национальные проекты РФ. URL: <https://национальныепроекты.рф/opportunities> (дата обращения: 12.01.2022).

28. Постановление правительства России от 24 декабря, 2021 г. №2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма». URL: <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения: 07.01.2022).

29. **Matveevskaya A.S., Pogodina V.L., Tarakanova T.S., Evseev V.V., Nesterova I.E.** (2018), Technologies of tourism in the modern urban environment. *International Journal of Civil Engineering (IJCIET)* 9(10), pp. 1566–1574.

REFERENCES:

- 1. Arseniev D.G., Trostinskaya I.R., Pozdeeva E.G., Evseeva L.I.** (2019), Processes of changes in the educational environment under the influence of digital technologies. SPBPU IDE'19: Proceedings of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy, 60. DOI: 10.1145/3372177.3377547.
- 2. Matyashova D.O., Pogodina V.L., Matveyevskaya A.S.** Perspektivnyye puti vosstanovleniya mirovoy turistskoy industrii posle pandemii COVID-19. *Aktualnyye problemy sovremennoy politicheskoy nauki*. Sbornik nauchnykh trudov. SPb., 2021. S. 207–214. (In Russ.).
- 3. Evseeva L.I., Bashkarev A.A., Pozdeeva E.G., Tarakanova T.S.** (2017), Technologies of political system modernization in new communicative environments. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. pp. 349–356.
- 4. Dredge D., Phi G., Mahadevan R., Meehan E., Popescu E.S.** (2018), Digitalization in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen.
- 5. Khatri I.** (2019), Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. *Journal of Tourism & Hospitality Education* 9, pp. 74–87.
- 6. Neidhardt J., Wörndl W.** (2020) Information and Communication Technologies in Tourism 2020. *Proceedings of the International Conference in Surrey, 2020*, Springer, 322 p.
- 7. Morozov M.A., Morozova N.S.** Novaya paradigma razvitiya turizma i industrii gostepriimstva v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki. *Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta*. Seriya: Chelovek i obshchestvo. 2018. №1. S. 135–141. (In Russ.).
- 8. Pozdeyeva Ye.G., Yevseyeva L.I.** Sotsialnyy i lichnostnyy potentsial moderniziruyushchegosya obshchestva. *Globalnyye sotsialnyye transformatsii XX – nachala XXI vv. (k 100-letiyu Russkoy revolyutsii): materialy nauchnoy konferentsii XI Kovalevskiy chteniya*. Otv. Redaktor: Yu.V. Asochakov. 2017. S. 360–363. (In Russ.).
- 9. Pogodina V., Yakovleva S., Matveevskaya A., Evseev V.V.** (2021), Geo-branding as a tool for realizing Russia's interests in the international arena. *Springer Geography*. pp. 396–407. DOI: 10.1007/978-3-030-58263-0_35.
- 10. Brouder P.** (2020), Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*. 22 (3) 484–490.
- 11. Asatova K.A.** Vliyaniye COVID-19 na sferu turizma v Ispanii. *Rossiya v globalnom mire*. 2021. № 18 (41). S. 7–14. (In Russ.).
- 12. Shipunova O., Evseeva L., Pozdeeva E., Evseev V.V., Zhabenko I.** (2019), Social and educational environment modelling in a future vision: infosphere tools. *E3S Web of Conferences* 110, 02011. DOI: 10.1051/e3sconf/201911002011.
- 13. Ghotkar M., Rokde P.** (2016), Big Data: How It Is Generated and Its Importance. *IOSR Journal of Computer Engineering*. pp.01-05

14. **Tarakanova T.S.** Politiko-kommunikativnyye tekhnologii v internet-prostranstve. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*. 2011. T.2. № 4. S. 91–97. (In Russ.).
15. Official website of UNWTO. Available at <https://www.unwto.org> (accessed: 13.01.2022).
16. **Vasileva O., Tarakanova T.** (2020), Communication in the formation of the institutional environment in the tourism industry. *DEFIN2020: III International Scientific and Practical Conference*. Saint Petersburg Russia March, 66, pp. 1–4. DOI: 10.1145/3388984.3390952.
17. BBVA. 2020. The Five V's of Big Data. Available at <https://www.bbva.com/en/five-vs-big-data/> (accessed: 17.01.2022).
18. Global Trends in Travel and Tourism // Euromonitor International. Available at <https://www.euromonitor.com/> (accessed: 19.01.2022).
19. Global Trends in Travel and Tourism // Euromonitor International. Available at <https://www.euromonitor.com/> (accessed: 19.01.2022).
20. Official website of The World Travel & Tourism Council. Available at <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (accessed: 17.01.2022).
21. Tourism Recovery Tracker. *UNWTO*. Available at <https://www.unwto.org/unwto-tourism-recovery-tracker> (accessed: 10.01.2022).
22. Official website of United Nations Department of Economic and Social Affairs. Available at <https://www.un.org> (accessed: 16.01.2022).
23. **Li J., Pogodin S., Vasilyeva E.** (2022), Digitalization Strategy in the BRICS Countries: Towards the Partnership. *Lecture Notes in Networks and Systems* 246, pp. 735–744. DOI: 10.1007/978-3-030-81619-3_82.
24. **Medvedeva A.M., Yagya T.S.** Razvitiye rynka elektronnoy kommertsii v Kitayskoy Narodnoy Respublike. *Rossiya v globalnom mire*. 2021. № 19 (42). S. 7–16. (In Russ.).
25. **Tumanova K.S.** Sovremennyye tekhnologii upravleniya: tsifrovizatsiya publichnoy politiki. *Rossiya v globalnom mire*. 2021. № 19 (42). S. 94–102. (In Russ.).
26. **Zakharchuk P.G., Tarakanova T.S.** Ispolzovaniye tekhnologiy sobytiynogo marketinga organizatsiyami turindustrii, operiruyushchimi v onlayn sfere. *Nedelya nauki SPbPU. Materialy nauchnoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem*. 2019. S. 221–224. (In Russ.).
27. Natsionalnyye proyekty RF. Available at <https://natsionalnyyeproyekty.rf/opportunities> (accessed: 12.01.2022). (In Russ.).
28. Postanovleniye pravitelstva Rossii ot 24 dekabrya, 2021 g. №2439 «*Ob utverzhdenii gosudarstvennoy programmy Rossiyskoy Federatsii «Razvitiye turizma»*». Available at <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (accessed: 07.01.2022). (In Russ.).
29. **Matveevskaya A.S., Pogodina V.L., Tarakanova T.S., Evseev V.V., Nesterova I.E.** (2018), Technologies of tourism in the modern urban environment. *International Journal of Civil Engineering (IJCIET)* 9(10), pp. 1566–1574.

Статья поступила в редакцию 01.02.2022; одобрена после рецензирования 14.03.2022; принята к публикации 04.04.2022.

The article was submitted 01.02.2022; approved after reviewing 14.03.2022; accepted for publication 04.04.2022.