Инструменты инновационного развития в сфере туризма: мировой опыт применения

Тесленко Ирина Борисовна
доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Бизнес-информатика и экономика», Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, iteslenko@inbox.ru,

Стоян Арсен Александрович
магистрант, кафедра «Менеджмент и бизнес-информатика», Владимирский филиал Финансового университета при Правительстве РФ, astoyan@mail.ru

Туристическая отрасль становится одним из главных драйверов мировой экономики, демонстрирующих активный рост. Во многом это связано с усилением трансграничной мобильности, когда международные поездки становятся массовым явлением, а также происходит популяризация туризма разных видов. Активное расширение туристической сферы не только подстегивает активный рост развивающихся рынков, но и содержит комплексный мультипликативный эффект, способствующий развитию национальных экономик. По этой причине туризм все чаще из второстепенной сферы превращается в один из главных государственных приоритетов, способствующих наращиванию доходов, обеспечению занятости, выравниванию уровней регионального развития, сохранению культурного наследия страны.
Вместе с тем экстенсивная модель роста туризма себя постепенно исчерпывает, а в условиях нарастающего влияния экономики впечатлений формируются новые требования к механизмам финансирования и управления туристическими проектами, а также усилению качества впечатлений и соблюдению регенеративных практик и «зеленой» повестки. Современные инструменты инновационного развития туристической отрасли, включающие в себя активное применение цифровых технологий, искусственного интеллекта (ИИ) и больших данных, в условиях активной цифровизации экономики становятся одним из факторов решения основных проблем и противоречий, связанных с развитием туризма. Понимание и применение мирового опыта внедрения инноваций в туризме дает обширную фактологическую базу, на основе которой можно минимизировать вероятные риски.
Ключевые слова: туристическая отрасль, экономика впечатлений, инструменты инновационного развития, искусственный интеллект, иммерсивные технологии.

Введение

Туристическая сфера с каждым годом демонстрирует растущий вклад в общий мировой экономический рост. Она обретает все более разносторонний характер, не ограничиваясь традиционными формами вроде пляжных или экскурсионных туров. У современных потребителей востребованы разные формыпутешествий, в том числе и инновационные, подразумевающие не только необычные форматы, но и активное использование цифровых технологий, помогающих персонализировать сервис [5, с. 16].

Б.Дж. Пайн и Дж.Х. Гилмор приходят к выводу, что современная экономика переходит к новому этапу, когда именно впечатления становятся новым уникальным предложением[2, с. 44]. Если ранее сферу туризма относили к услугам, в рамках которых можно было создать персонализированное нематериальное предложение, то экономика впечатлений идет дальше.Уникальное предложение становится личностным, затрагивающим мысли и эмоции человека и работающим не на сиюминутное удовлетворение потребностей, а на создание особых ощущений, которые будут проявляться со временем. Это усиливает стоимость такого предложения.

Именно экономика впечатлений способствует появлению множественных разновидностей туризма, но если «классический» туризм развивался экстенсивнопо большей части, то новые направления требуют более интенсивного подхода, подразумевающего активное использование инновационных технологий. Знание мирового опыта применения инструментов инновационного развития дает широкий массив данных о возможной проблематике и рисках. С учетом опыта других стран по внедрению инноваций в туристическую деятельность можно формировать национальные программы применения новых технологий в рассматриваемой сфере, доводя ее до конкурентоспособности мирового уровня.

Основная часть

По мнению И.В. Малышевского и Е.С. Цепиловой, индустрия туризма в глобальном масштабе сталкивается с проблемой отсутствия комплексного подхода к внедрению инноваций, из-за чего передовые технологии используются ограниченно, в ряде случаев даже точечно, не обеспечивая надежную интеграцию инновационных инструментов в текущие бизнес-процессы [1, с. 22].

Инновационное развитие в туризме подразумевает комплексный подход, который не ограничивается внедрением мобильных приложений или использованием искусственного интеллекта (ИИ). Этот подход охватывает все управленческие, финансовые, регуляторные и технологические механизмы, с помощью которых можно не только создавать новые туристические продукты или улучшать качество обслуживания, но и через управление туристическими потоками и поддержкой инновационных проектов создавать систему полного цикла для путешественников (от планирования до логистики), что повышает доступность туризма и способствует экономическому росту различных территорий даже с не самым высоким потенциалом[7, с. 134].

Один из таких подходов заключается в развитии территории как «умной туристической дестинации» (SmartTourismDestination), которая охватывает всю экосистему региона, включающую в себя:

- общую цифровую платформу региона;
- цифровые мобильные сервисы;
- аналитику по перемещению туристических потоков и управлению ими на основе получаемых данных;
- развитую систему обратной связи и поддержки;
- учет экологической нагрузки[8].

Наиболее наглядное воплощение такой подход получил в Испании на основе разработанной государственной испанской компанией Segittur методологии DTI (DestinosTuristicosInteligentes), согласно которой любой регион страны может быть оценен по ряду направлений, включающих в себя доступность, степень инновационности, технологичность, устойчивость и качество управления. На основе сделанной оценки,выявленных проблем и недостатков каждый муниципалитет подготавливает собственный план преобразований. После устранения недостатков и реализации преобразований регион проходит повторную оценку. Такой подход свидетельствует об эффективности управления дестинацией на основе понятной методологией.

В Республике Корея на схожих принципах построена система управления «умными туристическими городами», где наиболее яркими примерами являются Сеул и Сонгдо (часть города Инчхона). Отличительной особенностью является активная интеграция всех туристических сервисов в цифровую инфраструктуру городов. Туристы не ограничены лишь несколькими активными приложениями, а посредством использования смартфона становятся частью цифровой экосистемы.

Реализация таких подходов становится возможна благодаря активному применению различного инструментария управления инновационным развитием туристической отрасли. Среди них выделим такие применяемые инструменты, как.

1. Цифровизация и управление большими данными (smart-направления). Этот пласт изменений касается перехода туристических пространств (районов, городов, регионов, стран) от простой представленности в Интернете до комплексной системы управления потоками на основе данных[3, с. 112].

Благодаря использованию больших данных становится возможным:

- управлять туристическими потоками (например, в итальянской Венеции реализована система бронирования входа в город в пиковые даты через мобильных операторов – это позволяет не только получать с туриста сбор за пользование инфраструктурой, но и прогнозировать нагрузку, равномерно распределяя людские потоки);

- создавать платформы открытых данных (один из проектов испанской государственной компании Segitturвключает единую платформу SmartDestination, которая агрегирует данные из различных источников по самому широкому диапазону вопросов – от прогноза погоды до трафика и заполняемости отелей);

- реализовывать проекты цифровых паспортов туриста (знаковым является Единая карта туриста (DubaiPass) в ОАЭ, позволяющая в пределах одного приложения аккумулировать управление сотовой связью, билеты на транспорт, вход в музеи, скидки в магазинах).

2. Искусственный интеллект в управлении туризмом.

Хотя применение ИИ часто относят к направлению цифровизации и управлению большими данными, его все же стоит выделить как отдельный инструмент благодаря возможностям максимальной персонализации туристического опыта. Туристу предлагаются маршруты и услуги не только исходя из интереса, но и с учетом имеющегося бюджета, продолжительности поездки, а также наличия других участников. При этом, общение автоматизировано: чат-боты помогают решать возникающие вопросы на разных языках и отслеживать причины недовольства, а также их решение.

Одним из наиболее каноничных примеров является реализованное в Сингапуре приложение для AndroidSARA (Singapore'sAutomatedResponsiveAssistent), разработанное в рамках программы VisitSingaporег государственным исследовательским институтом I2R. Оно способно не только отвечать на различные вопросы, но и строить маршруты исходя из множества факторов, включая пробки, погоду, предпочтения пользователя, имеющийся спрос и заполненность).

3. Использование иммерсивных технологий (VR / AR).

По мнению Ю.В. Терехиной и Г.Н. Нуруллиной, иммерсивные технологии в сфере туризма «предлагают» не только продвигать новые туристические направления, но и выступают мощным маркетинговым инструментом, способным вызывать у клиента эмоции через условную «демо-версию» процесса (например, с помощью онлайн-трансляций), что способствует усилению интереса потребителей и желанию повторить эти эмоции в реальности [7].

Иммерсивные технологии способствуют внедрению экономики впечатлений, расширяя возможности. VR-технологии выступают в качестве дополнительного инструмента продвижения туристического объекта, например, художественных музеев вроде Лувра или Прадо, причем это работает в обе стороны. При опыте виртуальной экскурсии посетитель может лучше рассмотреть картину, узнать подробнее историю ее создания, что может его мотивировать либо посетить музей физически, усилив ценность визита, либо дополнить впечатления после непосредственного посещения[4, с. 17].

Другая разновидность – AR-технологии – позволяют усиливать впечатления через создание дополненной реальности в определенном городе без использования специального оборудования (как пример, реализованное в Греции приложение для мобильного телефона Zubr'sAcropolisAR, способное при наведении на руиныАкрополя показать «первоначальный» вид здания).

4. Инструменты устойчивого развития и зеленой экономики (SustainabilityTech).

Инновации касаются способов сохранения экологии через бережное отношение и использование ресурсов. Одним из основных критериев устойчивости выступает углеродная нейтральность, которая достигается через расчет углеродного следа поездки, проведение экологической сертификации, бережное обращение с ресурсами (системы контроля воды, датчики присутствия, повторное использование переработанных материалов).

В Швейцарии для туристической отрасли действует программа Swisstainable, в рамках которой все задействованные в этой сфере компании проходят строгую экологическую сертификацию, включающую три уровня по степени внедрения экологических инноваций в области устойчивости – от «приверженных» (Committed) до «лидеров» (Leading). Это позволяет не только обеспечивать сохранность биоресурсов, но и позиционировать страну на международном рынке как привлекательное и ответственное туристическое направление.

5. Поддержка «регуляторных песочниц» при тестировании инновационных технологий.

В данном случае «регуляторная песочница» понимается как специальный режим ограниченного тестирования новых технологий, который выходит за рамки туристической отрасли и может быть применим к разным сферам. Такой режим минимизирует возможные риски, как для бизнеса, так и для государства, позволяя испытывать новую технологию на ограниченной территории и небольшой выборке испытуемых в течение определенного срока. Это позволяет устранить возможные проблемы и подготовить необходимую нормативную базу в случае принятия решения о масштабировании процесса. Отнести этот инструмент только к туристической сфере проблематично из-за межотраслевой связи при тестировании таких технологий, как биометрическая идентификация, беспилотный транспорт, новые финансовые решения.

В Таиланде подобный опыт использовался неоднократно, одним из наиболее масштабных является проект для совершения платежей с помощью криптовалют при приобретении услуг в рамках туристической инфраструктуры (TouristDigiPaySandbox), запущенный 18 августа 2025 года Банком Таиланда и местной Комиссией по ценным бумагам и биржам. Иностранные туристы могут конвертировать признанные криптовалюты через лицензированных операторов цифровых активов в баты, с помощью которых далее можно расплачиваться за товары и услуги через QR-коды. Хотя проект распространен по всей территории Таиланда и касается всех иностранных туристов, у него ограничен срок (18 месяцев) и имеется прямой запрет на использование криптовалют без конвертации в баты.

6. Развитие инновационных кластеров.

Инновации в туризме наиболее успешно могут быть реализуемы через территориальные кластеры, включающие в себя обширный список участников от туроператоров, гостиниц и перевозчиков до технологических компаний и органов управления дестинациями. Кластер позволяет осуществлять комплексное управление исследованиями, подготовкой кадров, тестированием внедряемых сервисов.

Такой подход также позволяет создавать «живые лаборатории» (livinglabs), которые позволяют осуществлять тестирование инноваций в реальной среде с участием, как туристов, так и местных жителей. Но если «регуляторная песочница» направлена на испытание новой технологии, которая только нуждается в апробации и создании нормативной базы, то цели «живых лабораторий» заключаются в масштабировании технологии не только через оценку ее технической исполнимости, но и посредством восприятия окружающими, ее удобства, актуальности, а также экономической эффективности. В Испании такой «живой лабораторией» являются Канарские острова в рамках проекта EmoturLab, реализуемого с помощью Университета Лас-Пальмас. Этот проект включает в себя амбициозную цель по созданию полноценного «цифрового двойника» всей территории островов, что позволит не только развивать иммерсивные технологии, но и на основе больших данных через ИИ прогнозировать возможные сценарии нагрузки на инфраструктуру при различных туристических потоках.

Заключение

Туристическая отрасль, являясь одним из драйверов роста мировой экономики, включает в себя множество направлений и вовлекает все больше туристов из разных стран с разнообразными потребностями. Большинство новых направлений можно развивать только выходя за рамки экстенсивного роста через активное применение инноваций. Фрагментарное внедрение той или иной технологии не дает полноценного эффекта, необходим взвешенный комплексный подход, основывающийся на анализе множества факторов.

При реализации подходов вроде «умной туристической дестинации» необходимо применять различные инструменты, способствующие развитию, внедрению и актуализации инноваций. Их диапазон широк: от использования цифровизации, иммерсивных технологий и управления большими данными до обеспечения устойчивого развития и поддержания особых режимов («регуляторные песочницы», «живые лаборатории»).

Важно понимать, что на первый план выходит экономика впечатлений, в которой туристическая отрасль является одной из наиболее перспективных. В таких условиях массовый туризм переориентируется от повышения числа туристов к усилению качества, прежде всего, глубины впечатлений и среднего чека. Главным фактором конкурентоспособности становится персонализация, которая достигается через использование больших данных и применение ИИ. Кроме того, все большее значение приобретает фактор устойчивого развития, связанный с сохранением ресурсов и ответственным отношением к окружающей среде.

Комплексный подход при развитии и внедрении инноваций и применяемые с этой целью инструменты эффективны при правильном использовании, позволяя достигать множества целей от повышения доступности туризма и планирования инфраструктурной нагрузки до полноценного развития целых территорий, ранее считавшихся малоперспективными.

Литература

1. Малышевский И. В., Цепилова Е. С. Алгоритм интеграции искусственного интеллекта и больших данных в систему управления инновациями в туристской индустрии // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2025. №3 (27). С. 21-28.

2. Пайн Дж., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие / Б. Дж. Пайн, Дж. Х. Гилмор. М.: Альпина Паблишер, 2018. 384 с.

3. Палий Н. С. Инновационные факторы развития современного туризма // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2024. Т. 26, № 3. С. 110–121.

4. Платов А. В., Петраш Е. В., Силаева А. А. Роль смарт технологий в формировании опыта посетителей устойчивых туристских дестинаций // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. Т. 8. № 1. С. 12-24.

5. Рей И. Ю., Эскиев М. А., Ярдякова И. В. Зарубежный опыт и направления инновационного туризма // Journal ofMonetary Economics and Management. 2023. № 2. С. 14-21.

6.Терехина Ю. В., Нуруллина Г. Н. Инновационная технология стриминга как фактор продвижения дестинации: анализ, мировой опыт, перспективы // Сервис plus. 2024. Т.18. №4. С.183-193.
7. Черникова Л. Ю., Бокарева Е. В., Ветрова Е. А. Технологии умного туризма – экономический подход (Туризм 4.0) // Инновации и инвестиции. 2023. № 7. С. 132-135.
8. Shafiee S., RajabzadehGhatari A., Hasanzadeh A., Jahanyan S. Smart tourism destinations: a systematic review // Tourism Review. 2021. Vol. 76 No. 3 pp. 505–528. DOI: https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0235.

Tools for innovative development in the tourism sector: application ofglobal experience

Teslenko I.B., Stoyan A.A.
Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolay Grigorievich Stoletov

JEL classification: D24, D41, D84, D92, O11, O12, O31, O32, O34

The tourism industry is emerging as a major driver of the global economy, demonstrating robust growth. This is largely due to increased cross-border mobility - with international travel becoming a mass phenomenon - and the growing popularity of diverse forms of tourism. The rapid expansion of the tourism sector not only accelerates growth in developing markets but also generates a comprehensive multiplier effect that fosters national economic development. Consequently, tourism is increasingly shifting from a secondary sector to a key government priority; it serves not only as a source of revenue and employment but also as a tool for regional equalization and the preservation of a nation's cultural heritage.

At the same time, the extensive growth model for tourism is gradually reaching its limits. Amid the rising influence of the «experience economy», new demands are emerging regarding the financing and management of tourism projects, the enhancement of the visitor experience, and adherence to regenerative practices and the «green» agenda. In an era of rapid economic digitalization, modern tools for innovative tourism development - including the active use of digital technologies, artificial intelligence (AI), and big data - are becoming instrumental in addressing the core challenges and contradictions associated with the sector's growth.

Keywords: experience economy, tourism industry, innovative development tools, Artificial intelligence(AI), immersive technologies.

References

1. Malyshevsky I. V., Tsepilova E. S. Algorithm for integrating artificial intelligence and big data into the innovation management system of the tourism industry // Professor's Journal. Series: Recreation and Tourism. 2025. No. 3 (27). Pp. 21–28.
2. Pine B. J., Gilmore J. H. The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money / B. J. Pine, J. H. Gilmore. Moscow: Alpina Publisher, 2018. 384 p.
3. Paliy N. S. Innovative factors in the development of modern tourism // Bulletin of Volgograd State University. Economics. 2024. Vol. 26, No. 3. Pp. 110–121.
4. Platov A. V., Petrash E. V., Silaeva A. A. The role of smart technologies in shaping the visitor experience at sustainable tourism destinations // Research Result. Business and Service Technologies. 2022. Vol. 8, No. 1. Pp. 12–24.
5. Rey I. Yu., Eskiev M. A., Yardyakova I. V. International experience and directions of innovative tourism // Journal of Monetary Economics and Management. 2023. No. 2. Pp. 14–21.
6. Terekhina Yu. V., Nurullina G. N. Innovative streaming technology as a factor in destination promotion: analysis, global experience, and prospects // Service Plus. 2024. Vol. 18, No. 4. Pp. 183–193.
7. Chernikova L. Yu., Bokareva E. V., Vetrova E. A. Smart tourism technologies – an economic approach (Tourism 4.0) // Innovations and Investments. 2023. No. 7. pp. 132-135.
8. Shafiee S., RajabzadehGhatari A., Hasanzadeh A., Jahanyan S. Smart tourism destinations: a systematic review // Tourism Review. 2021. Vol. 76 No. 3 pp. 505–528. DOI: https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0235