

Оригинальная статья / Original article

УДК 338.482.224

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-5-134-148>**Интегрированная модель развития регионального туризма
на основе цифровых технологий (на примере
регионов Центрального Черноземья)****М. А. Смирнова¹✉, М. В. Абушенкова², Е. С. Томанова²**

¹ Курский областной краеведческий музей
ул. Луначарского, д. 6, г. Курск 305000, Российская Федерация

² Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: smrnv.marina@vk.com

Резюме

Актуальность исследования определяется необходимостью повышения конкурентоспособности регионов Центрального Черноземья на туристическом рынке, а также адаптации региональной туристической отрасли к современным требованиям цифровой экономики. Отсутствие единых цифровых платформ, разрозненность маркетинговых усилий и недостаточная представленность комплексных цифровых сервисов выступают серьезными сдерживающими факторами для реализации потенциала регионов. В текущих условиях переход от локального использования отдельных инструментов к системному, интегрированному подходу является необходимым условием для качественного рывка вперед.

Цель статьи состоит в разработке и обосновании интегрированной модели развития регионального туризма на основе цифровых технологий применительно к условиям регионов Центрального Черноземья.

Задачи статьи включают в себя: анализ современного состояния и проблем развития туризма в регионах Центрального Черноземья; выявление ключевых цифровых технологий, способствующих развитию регионального туризма; разработку структуры и компонентов интегрированной модели, объединяющей цифровые инструменты и процессы управления туризмом; формулирование предложений по внедрению предложенной модели для повышения эффективности туристической отрасли в исследуемых регионах.

Методология. В процессе исследования авторы применили комплекс общенаучных методов, включая системный анализ, сравнительный анализ, синтез, моделирование, а также анализ статистических данных, научных публикаций и интернет-ресурсов, посвященных развитию регионального туризма и применению цифровых технологий.

Результаты. В ходе исследования разработана интегрированная модель, которая включает подсистемы сбора и анализа данных, цифрового маркетинга и управления услугами, а также взаимодействия с туристами и стейкхолдерами.

Выводы. По итогам исследования авторы приходят к выводу, что внедрение предложенной модели способно системно повысить эффективность управления туризмом и конкурентоспособность регионов ЦЧР.

Ключевые слова: региональный туризм; цифровые технологии; интегрированная модель; Центральное Черноземье; цифровизация; управление туризмом.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Смирнова М. А., Абушенкова М. В., Томанова Е. С. Интегрированная модель развития регионального туризма на основе цифровых технологий (на примере регионов Центрального Черноземья) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2025. Т. 15, № 5. С. 134–148. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-5-134-148>

Поступила в редакцию 11.08.2025

Принята к публикации 10.09.2025

Опубликована 31.10.2025

Integrated model of regional tourism development based on digital technologies (on the example of the Central Chernozem region)

Marina A. Smirnova¹✉, Marina V. Abushenkova², Elizaveta S. Tomanova^{2,3}

¹ Kursk Regional Museum of Local Lore
6 Lunacharskogo Str., Kursk 305000, Russian Federation

² Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: smrnv.marina@vk.com

Abstract

The relevance of the research is determined by the need to increase the competitiveness of the Central Chernozem regions in the tourism market, as well as the adaptation of the regional tourism industry to the modern requirements of the digital economy. The lack of unified digital platforms, the fragmentation of marketing efforts, and the lack of comprehensive digital services are serious constraints to realizing the potential of the regions. In the current conditions, the transition from the local use of individual tools to a systematic, integrated approach is a prerequisite for a qualitative leap forward.

The purpose of the article is to develop and substantiate an integrated model for the development of regional tourism based on digital technologies in relation to the conditions of the regions of the Central Chernozem region.

The objectives of the article include: analysis of the current state and problems of tourism development in the regions of the Central Black Earth region; identification of key digital technologies contributing to the development of regional tourism; development of the structure and components of an integrated model combining digital tools and processes of tourism management; formulation of proposals for the implementation of the proposed model to improve the efficiency of the tourism industry in the studied regions.

Methodology. In the course of the research, the authors applied a set of general scientific methods, including system analysis, comparative analysis, synthesis, modeling, as well as analysis of statistical data, scientific publications and online resources devoted to the development of regional tourism and the use of digital technologies.

Results. The research has developed an integrated model that includes subsystems for data collection and analysis, digital marketing and service management, as well as interaction with tourists and stakeholders.

Conclusions. Based on the results of the study, the authors conclude that the implementation of the proposed model can systematically improve the efficiency of tourism management and the competitiveness of the regions of the Central Asian Republic.

Keywords: regional tourism; digital technologies; integrated model; Central Chernozem region; digitalization; tourism management.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Smirnova M.A., Abushenkova M.V., Tomanova E.S. Integrated model of regional tourism development based on digital technologies (on the example of the Central Chernozem region). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2025;15(5):134–148. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-5-134-148>

Received 11.08.2025

Accepted 10.09.2025

Published 31.10.2025

Введение

Современный этап развития мировой и отечественной экономики характеризуется стремительной цифровой трансформацией, проникающей во все сферы общественной жизни и хозяйственной деятельности. Туристская индустрия, являясь одним из наиболее динамично развивающихся секторов глобальной экономики, испытывает на себе колоссальное влияние цифровизации, которая кардинально изменяет как потребительское поведение путешественников, так и подходы к управлению туристскими дестинациями, формированию и продвижению турпродуктов, организации сервиса [1, с. 158].

Нельзя не согласиться с мнением современных исследователей О. А. Полищук, Ш. Г. Казарян и Д. А. Копыловой о том, что «Цифровизация является не просто продуктом, это грамотный подход к использованию новейших технологий с целью усовершенствования и модификации работы предприятия. Данный процесс значительной степени влияет на показатель производительности и, несомненно, выводит предприятие на новый экономический уровень» [2, с. 71]. Следовательно, переход к цифровой экономике открывает принципиально новые возможности для повышения конкурентоспособности регионов на туристском рынке, оптимизации использования имеющегося туристско-рекреационного потенциала и стимулирования социально-экономического развития территорий.

Исследователи-экономисты С. А. Хатукай и И. М. Подколзина считают, что бизнес-процессы в туризме все активнее переходят в цифровое пространство. Применение современных алгоритмов повышает скорость работы, позволяя решать более масштабные задачи [3].

Вместе с тем эффективное использование преимуществ цифровых технологий в туризме требует не просто внедрения отдельных инструментов, а формирования комплексного, системного подхода, интегрирующего цифровые реше-

ния в общую стратегию развития регионального туризма. Актуальность исследования обусловлена необходимостью разработки и научного обоснования такой интегрированной модели, которая способна обеспечить синергетический эффект от конвергенции туристской отрасли и цифровых инноваций на региональном уровне.

Специалисты в области информационных технологий Л. А. Гамидуллаева и А. Г. Финогеева утверждают о том, что возрастание актуальности темы развития отраслевых экосистем связано со стремительным ростом популярности использования цифровых технологий практически во всех отраслях и сферах экономики. Сейчас уже совершенно очевидно, что успешность принимаемых отраслевых решений находится в тесном сопряжении с качеством и масштабами формируемой цифровой отраслевой экосистемы, что требует применения современного информационно-цифрового инструментария [4].

Особую значимость названная проблема приобретает для регионов, обладающих значительным, но не до конца реализованным туристским потенциалом, к числу которых относятся субъекты Центрально-Черноземного экономического района (ЦЧР) Российской Федерации: Воронежская, Липецкая, Белгородская, Курская и Тамбовская области.

По мнению кандидата экономических наук К. К. Позднякова, Центральный федеральный округ как центр притяжения инвестиций России обеспечивает 25 – 28% удельного веса всех инвестиций в основной капитал в Российской Федерации. При этом в округе к числу успешно развивающихся относятся не более 3 – 5 регионов [5].

Данные территории располагают богатым историко-культурным наследием, уникальными природными ландшафтами, развивающейся инфраструктурой гостеприимства и имеют предпосылки для формирования разнообразных видов туризма: культурно-познавательного, сель-

ского, экологического, событийного, делового, паломнического. Однако на практике туристская отрасль Центрального Черноземья сталкивается с рядом вызовов, сдерживающих ее поступательное развитие.

Среди них можно выделить недостаточную известность региональных турпродуктов на общероссийском и международном рынках, фрагментарность усилий по продвижению дестинаций, отсутствие единых цифровых платформ, объединяющих информацию о туристских ресурсах и услугах, а также неравномерный уровень цифровизации субъектов туристской индустрии. Существующая практика зачастую характеризуется локальным внедрением отдельных цифровых инструментов (веб-сайты, аккаунты в социальных сетях) без их должной интеграции в единую систему управления и взаимодействия с потребителями, что соответственно приводит к распылению ресурсов, снижению эффективности маркетинговых коммуникаций и усложнению процесса планирования и организации путешествий для туристов [6].

В описанных условиях разработка интегрированной модели развития регионального туризма на основе цифровых технологий для регионов Центрального Черноземья представляется своевременной и практически значимой задачей. Такая модель должна учитывать специфику социально-экономического развития, ресурсный потенциал и инфраструктурные особенности регионов ЦЧР, а также современные тенденции цифровизации туристской сферы. Ее ключевая цель – создание единого цифрового контура управления региональным туризмом, который бы объединял интересы и усилия всех стейкхолдеров: органов власти, туристского бизнеса, объектов показа, транспортных компаний, учреждений культуры, образовательных организаций и, конечно, самих туристов. Имплементация подобной модели способна существенно повысить информационную до-

ступность туристских ресурсов Черноземья, оптимизировать процессы бронирования и получения услуг, персонализировать предложения для различных целевых аудиторий, улучшить качество туристского сервиса и, как следствие, увеличить туристские потоки и доходы от туристской деятельности в региональные бюджеты. В свою очередь, данные процессы будут способствовать диверсификации экономики регионов, созданию новых рабочих мест и повышению качества жизни местного населения.

Научная проблема исследования заключается в недостаточной теоретико-методологической проработанности вопросов формирования и функционирования именно интегрированных цифровых моделей применительно к развитию туризма в регионах со схожими с Центральным Черноземьем характеристиками. Ряд отечественных ученых рассматривали данную проблематику в своих трудах: Н. Г. Новикова, К. А. Лебедев, О. Е. Лебедева «Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики» [7]; О. А. Артеменко «Региональный туризм как инструмент развития территории» [8]; О. М. Лукерина, С. С. Жмурова, М. Г. Репина, А. А. Виноградов, Н. В. Дмитриева «Проблемы развития регионального туризма в условиях экономической нестабильности» [9]; А. А. Сарян, М. С. Оборин «Роль цифровых технологий в развитии информационного пространства управления региональным туризмом» [10]; М. М. Морозов «Развитие регионального туризма на основе применения цифровых технологий» [11] и др.

Однако существующие научные публикации и практические разработки часто фокусируются либо на отдельных аспектах цифровизации туризма, либо предлагают универсальные модели, не учитывающие региональную специфику и необходимость глубокой интеграции разнородных цифровых инструментов и платформ в единую экосистему. Отсут-

ствует комплексное понимание того, как различные цифровые технологии могут быть взаимоувязаны для достижения максимального синергетического эффекта на уровне региональной туристской системы, как должна выстраиваться архитектура такой интегрированной модели, какие механизмы управления и координации необходимы для ее успешного функционирования. Настоящее исследование призвано восполнить этот пробел путем разработки концептуальных основ и структурных элементов интегрированной модели, адаптированной к условиям Центрального Черноземья.

Материалы и методы

Методологической основой исследования послужил синтез положений региональной экономики, теории управления туристскими дестинациями и концепций цифровой экономики.

Авторы применили комплекс общенаучных методов, включая системный анализ, сравнительный анализ, синтез и моделирование, а также анализ офици-

альных статистических данных Росстата по регионам ЦЧР и стратегических документов.

Результаты и их обсуждение

Проведенный углубленный анализ статистических данных, охватывающий период адаптации к новым условиям после 2020 г., демонстрирует неоднозначную картину развития туристской отрасли в макрорегионе Центрального Черноземья.

С одной стороны, наблюдается определенный количественный рост инфраструктурной базы. Увеличивается число коллективных средств размещения (КСР) и их совокупная вместимость, что особенно заметно в областных центрах и районах с развитым деловым или промышленным сектором, что косвенно свидетельствует о наличии инвестиционного интереса к индустрии гостеприимства. Наиболее выраженная динамика в этом отношении прослеживается в Воронежской и Белгородской областях, где активно реализуются крупные проекты и развивается сегмент бизнес-туризма (рис. 1).

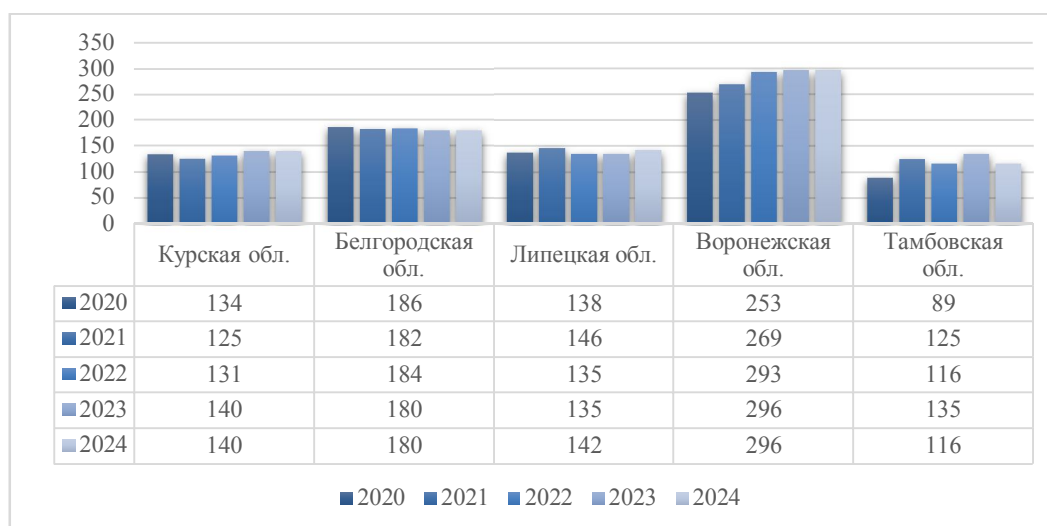


Рис. 1. Число КСР в регионах Центрального Черноземья [12]

С другой стороны, показатели эффективности использования этой инфраструктуры и общие объемы туристской активности не демонстрируют стабильного и опережающего роста. Динамика численности лиц в КСР и общего количества но-

ченок характеризуется значительной волатильностью, подвержена влиянию общих макроэкономических факторов, сезонных колебаний и внешних шоков, таких как пандемия. Средние показатели загрузки номерного фонда в большинстве регио-

нов ЦЧР остаются на сравнительно низком уровне, часто колеблясь в диапазоне 30–45%. Тенденция указывает на существенный незадействованный резерв мощностей и потенциал для наращивания туристских потоков при условии повышения привлекательности дестинаций и эффективности маркетинга.

Такое расхождение между ростом инфраструктуры и низкой эффективностью ее использования указывает на фундаментальный разрыв между инвестициями в предложение и стимуляцией спроса, а также управлением им. Простое уве-

личение количества объектов размещения оказывается недостаточным; для преобразования потенциальных мощностей в реальную туристскую активность и получение доходов необходимы эффективный маркетинг, грамотное управление дестинациями и цифровая доступность. Это означает, что для максимизации экономической отдачи от имеющейся инфраструктуры необходимо сосредоточиться на мерах по стимулированию спроса, таких как улучшение маркетинговых стратегий и повышение цифровой доступности (рис. 2–3).

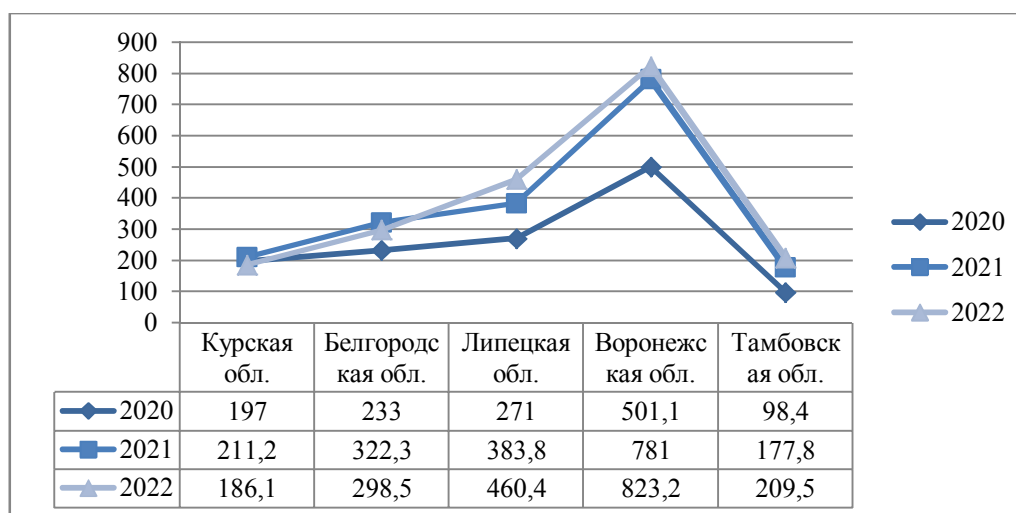


Рис. 2. Число лиц в КСР, тыс. чел. [12]

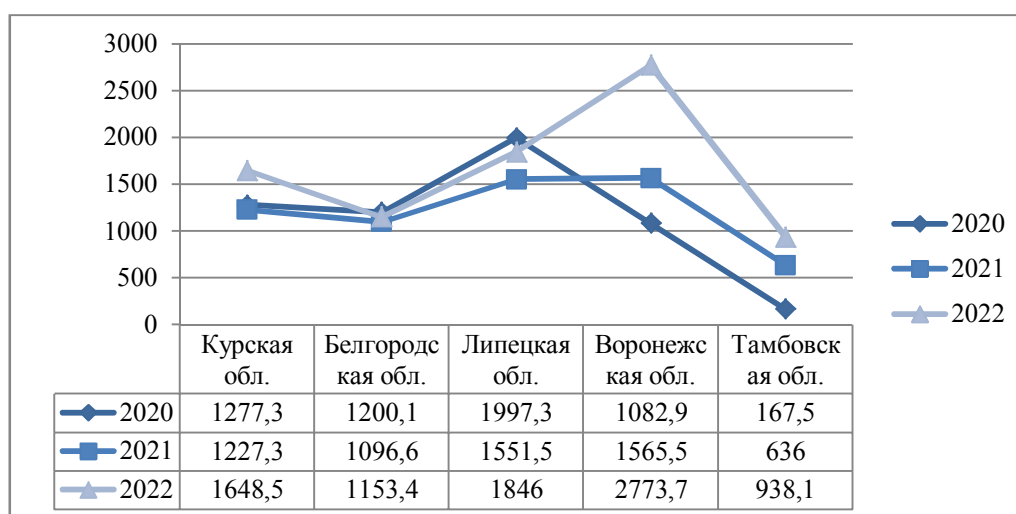


Рис. 3. Общее количество ночёвок, тыс. чел. [12]

Анализ структуры доходов от туризма показывает, что объем платных туристских услуг населению, несмотря на номинальный рост в абсолютных цифрах, занимает весьма скромную долю в структуре валового регионального продукта (ВРП) каждого из субъектов ЦЧР, как правило, не превышая 1-2%. По данным Росстата, в Курской области вклад туризма в ВВП России составляет около 4%, в Липецкой области – 1,7%, в Белгородской области – 1,5%, в Тамбовской области – 0,8%, а в Воронежской области он увеличился до 2,3%.

Вышеприведенные данные эмпирически подтверждают исходный тезис ис-

следования о том, что туризм пока не стал значимым драйвером диверсификации и роста региональных экономик Центрального Черноземья, а его мультипликативный эффект используется недостаточно.

Параллельно с анализом макроэкономических и отраслевых показателей проводилась оценка уровня цифровизации туристской сферы в регионах Центрального Черноземья, базирующаяся на контент-анализе официальных и коммерческих цифровых ресурсов, а также на анализе вторичной информации о внедрении информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

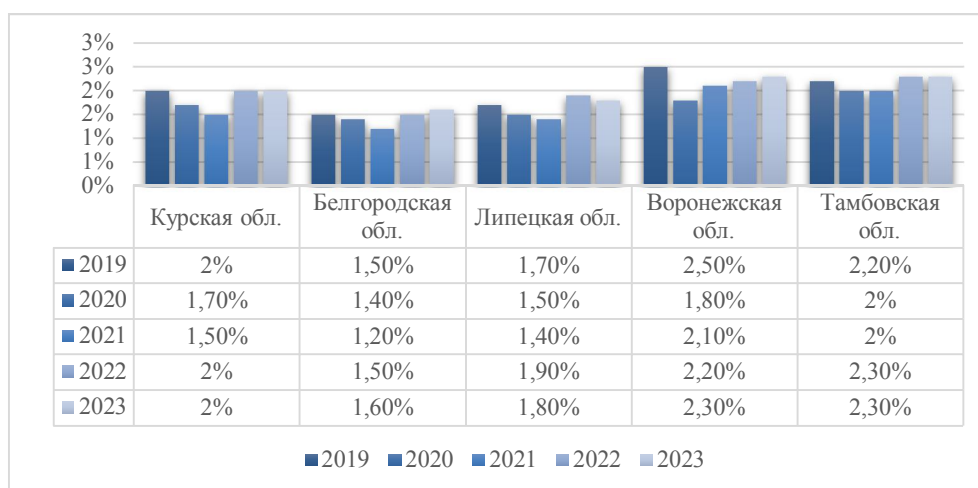


Рис. 4. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте субъекта Российской Федерации, % [12]

Региональная дифференциация уровня цифровой зрелости в ЦЧР проявляется по-разному. Охарактеризуем каждый регион:

1. *Воронежская область.* Демонстрирует достаточно развитую цифровую представленность туристской сферы. Центральным элементом выступает официальный региональный туристический портал Visit Voronezh¹, функционирующий как комплексный информационный ресурс с интерактивной картой и ссылка-

ми на внешние сервисы бронирования, что указывает на высокую степень информационной насыщенности и удобства использования. Значимое присутствие региона наблюдается в социальной сети «ВКонтакте» через несколько активных сообществ (например, «Влюбляю в Воронеж | Видеооблог»², «Дома не сидится»³,

² Карина Мещерова. Влюбляю в Воронеж // ВКонтакте: сайт. URL: <https://vk.com/vlublyauvvoronezh> (дата обращения: 10.07.2025).

³ Дома не сидится // ВКонтакте: сайт. URL: <https://vk.com/domanesiditsa> (дата обращения: 10.07.2025).

¹ Visit Voronezh: официальный портал Воронежской области. URL: <https://visitvrn.ru/> (дата обращения: 10.07.2025).

«Воронеж. Столица Черноземья»¹), используемых для оперативного информирования и взаимодействия с аудиторией. Цифровая представленность распространяется и на отдельные крупные туристические объекты, такие как музей-заповедник «Дивногорье»² и Воронежский государственный природный биосферный заповедник³, причем сайт Дивногорья демонстрирует потенциал для интеграции онлайн-сервисов (например, покупка билетов). Высокий уровень проникновения цифровых госуслуг среди населения области (1,6 млн жителей старше 14 лет имеют подтвержденную учетную запись на ЕПГУ) также свидетельствует о цифровой готовности населения. В регионе также создан медиа-туристический портал Mesta, расширяющий цифровую базу туристических объектов.

2. *Белгородская область.* Демонстрирует выраженный уровень цифровизации туристической сферы. Официальный туристический портал⁴ является информационно насыщенным и удобным в навигации ресурсом. Важным индикатором продвинутой цифровизации является упоминание о наличии специализированного мобильного приложения «ТурГид. Белогорье»⁵, что указывает на использование современных мобильных платформ для взаимодействия с туристами и предоставления информации в удобном формате, потенциально включающем офлайн-

функциональность. Цифровое присутствие дополняется активным сообществом в социальной сети «ВКонтакте»⁶. В этом регионе цифровое пространство активно используется для повышения привлекательности всех видов туризма и оптимизации затрат на продвижение [13].

3. *Липецкая область.* Также демонстрирует значительный уровень цифровой представленности. Официальный туристический портал⁷ является детально проработанным и хорошо структурированным ресурсом, предлагающим исчерпывающую информацию о регионе. Наличие интерактивных элементов, таких как карта, и ссылок на контакты или возможности бронирования объектов повышают его функциональную ценность. Присутствие в социальной сети «ВКонтакте» сообщества, сфокусированного на деятельности туристско-информационного центра г. Задонска⁸, свидетельствует о развитии цифровых каналов взаимодействия и на уровне ключевых локальных туристических кластеров.

4. *Курская область.* Цифровая представленность туристической сферы представляется более ограниченной. Основным ресурсом является региональный туристический портал⁹, обеспечивающий базовую информацию о туристическом потенциале региона. Тем не менее Курская область утвердила Стратегию в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления на 2022-2024 годы,

¹ Воронеж. Столица Черноземья // ВКонтакте: сайт. URL: https://vk.com/tic_vrn (дата обращения: 10.07.2025).

² «Дивногорье» – музей-заповедник: сайт. URL: <https://divnogor.ru/> (дата обращения: 10.07.2025).

³ Воронежский государственный природный биосферный заповедник имени В. М. Пескова: сайт. URL: <https://zapovednik-vrn.ru/> (дата обращения: 10.07.2025).

⁴ Управление по туризму Белгородской области. URL: <https://visitbelogorie.ru/> (дата обращения: 10.07.2025).

⁵ ТурГид. Белогорье: сайт. URL: <https://apps.apple.com> (дата обращения: 10.07.2025).

⁶ Белгородский центр туризма в Белогорье // ВКонтакте: сайт. URL: <https://vk.com/belogorieinvite> (дата обращения: 10.07.2025).

⁷ Туристический портал Липецкой области. URL: liptur.ru/ru/ (дата обращения: 10.07.2025).

⁸ ТИЦ «Задонская Земля» // ВКонтакте: сайт. URL: vk.com/tizadonsk (дата обращения: 10.07.2025).

⁹ Туристско-информационный центр Курской области. URL: gokursk.ru (дата обращения: 10.07.2025).

что указывает на осознание важности цифровизации на региональном уровне [14].

5. *Тамбовская область*. В анализе предоставлен только один ресурс – официальный туристический портал¹. Наличие такого портала является необходимым базовым элементом цифровой инфраструктуры, однако ограниченность предоставленного перечня ресурсов позиционирует его на базовом уровне в рамках данного исследования. В Тамбовской области также ведется работа по разработке цифровых туристических маршрутов, что свидетельствует о стремлении к развитию онлайн-услуг в туризме [15].

Исследование показало, что, несмотря на достигнутый в России в целом высокий уровень проникновения Интернета и мобильной связи, процесс цифровой трансформации непосредственно туристской индустрии в ЦЧР протекает неравномерно и характеризуется значительной фрагментацией усилий.

Несмотря на то, что Воронежская, Белгородская и Липецкая области демонстрируют более высокую цифровую зрелость, в целом в макрорегионе наблюдается:

1. Отсутствие единой региональной или межрегиональной цифровой платформы для комплексного онлайн-бронирования [16].

2. Информационная разрозненность, дублирование информации и отсутствие оперативного обновления данных на существующих ресурсах.

3. Несистемное использование инструментов цифрового маркетинга (SEO, SMM, SERM) и разрозненность маркетинговых усилий.

4. Зачаточное состояние практик сбора и анализа больших данных (Big Data) для прогнозирования спроса [17], персонализации предложений [18] и оп-

тимизации управления туристскими потоками [19].

Таким образом, для достижения национальных целей по увеличению вклада туризма в ВВП до 5% к 2030 г. [20] регионам ЦЧР необходим переход к системному, интегрированному подходу.

На основе выявленных проблем, с учетом анализа передового отечественного опыта цифровизации туристских дестинаций, а также опираясь на теоретико-методологические положения системного подхода, платформенной экономики и концепции управления туристской дестинацией, была разработана концептуальная интегрированная модель развития регионального туризма на основе цифровых технологий для Центрального Черноземья.

Предлагаемая концептуальная интегрированная модель представляет собой многоуровневую систему, организационным и технологическим ядром которой является единая региональная (или межрегиональная) цифровая туристская платформа (ЦТП). ЦТП призвана выполнять роль центрального узла цифровой экосистемы, обеспечивая агрегацию, обработку информации и координацию взаимодействия всех стейкхолдеров.

Функционирование данной модели базируется на комплексе взаимосвязанных принципов, каждый из которых вносит вклад в ее эффективность и устойчивость:

– *системность и интеграция*: объединение всех элементов туристской экосистемы (поставщиков, туристов, органов власти) в единое цифровое пространство для усиления синергетического эффекта;

– *клиентоориентированность и персонализация*: фокусировка на индивидуальных потребностях туриста и предложение персонализированных услуг, основанных на глубоком анализе данных о предпочтениях и поведении;

– *открытость, доступность и интероперабельность*: обеспечение легкого доступа к информации и сервисам и беспрепятственного взаимодействия плат-

¹ Тамбов – официальный туристический портал. URL: <https://visit-tambov.ru/> (дата обращения: 10.07.2025).

формы с внешними системами через открытые стандарты;

– *управление на основе данных (Data-Driven Management)*: критическая важность сбора, анализа и целенаправленного использования больших данных для принятия обоснованных управленческих решений и прогнозирования спроса;

– *партнерство и вовлеченность стейкхолдеров*: активное участие и тес-

ное сотрудничество всех заинтересованных сторон, включая государственные структуры, бизнес (МСП), научные организации и местные сообщества.

Структурно-функциональная схема предлагаемой интегрированной модели включает несколько ключевых, логически взаимосвязанных блоков, обеспечивающих реализацию заложенных принципов (табл. 1).

Таблица 1. Структурно-функциональная схема цифровой туристской платформы

Блок	Ключевые элементы и технологии	Функциональное назначение
1. Информационное и технологическое ядро	Интегрированная база данных туристских ресурсов (реестр объектов, предложений, событий с гео Данными); подсистема управления контентом (CMS); интеграционный шлюз (API Gateway)	Агрегация, верификация и структурирование информации. Обеспечение взаимодействия с внешними системами бронирования, платежными шлюзами и картографическими сервисами
2. Пользовательские интерфейсы	Региональный / межрегиональный туристский портал; мобильное приложение (включая геолокационные сервисы и элементы дополненной реальности)	Предоставление информации, инструментов планирования (конструктор путешествий) и интерактивных функций для туристов
3. Функциональное ядро (сервисные модули)	1. Модуль агрегации, бронирования и электронной коммерции. Предоставление унифицированного пространства для поиска, сравнения и приобретения комплексных сервисов (проживание, транспорт, экскурсии, билеты)	Решение проблемы фрагментарности, снижение транзакционных издержек
	2. Модуль персонализации и интеллектуальных рекомендаций. Использование алгоритмов машинного обучения для формирования индивидуализированных предложений и маршрутов	Повышение удовлетворенности и среднего чека
	3. Модуль цифрового маркетинга и коммуникаций. Инструментарий для планирования, реализации и оценки эффективности целевых маркетинговых кампаний, включая SMM/SEO/SERM	Переход от разрозненных усилий к скоординированной стратегии продвижения
	4. Модуль управления обратной связью и репутацией. Сбор, обработка и анализ отзывов, рейтинговые системы и механизмы оперативного реагирования на проблемы	Непрерывное улучшение качества сервиса
4. Аналитический блок (Data-Driven Management)	Система сбора, хранения и обработки больших данных (BI-система); предиктивная аналитика и визуализированные дашборды	Трансформация управления в процесс, основанный на фактах и прогнозах. Мониторинг ключевых показателей, прогнозирование спроса, моделирование сценариев
5. Блок управления стейкхолдерами	Персональные кабинеты для поставщиков услуг; защищенный интерфейс для органов государственного управления и оператора платформы	Обеспечение вовлеченности бизнеса, доступа к релевантной аналитике и координации процессов

Разработанная интегрированная модель представляет собой системный ответ на выявленные в ходе анализа проблемы фрагментарности цифровизации и недостаточной эффективности использования туристского потенциала регионов Центрального Черноземья.

Создание единой ЦТП способно кардинально изменить информационное поле регионального туризма, сделав его более доступным, структурированным и привлекательным для потенциальных посетителей. Агрегация информации и сервисов в одном месте существенно снижает транзакционные издержки для туристов при планировании и организации поездки [21].

Ожидаемый социально-экономический эффект весьма значителен. По предварительным оценкам, внедрение подобных платформ способно привести к росту турпотока на 15–25% в среднесрочной перспективе. Модель также стимулирует межрегиональную интеграцию в рамках ЦЧР, что позволит продвигать комплексные турпродукты и повысить общую привлекательность макрорегиона. Упрощение доступа к услугам и возможность совершения покупок онлайн повышают их доступность, что, по мнению экспертов, приводит к росту продаж, особенно среди молодого поколения, которое уже не покупает услуги в кассах или агентствах [22].

Выводы

Проведенное исследование позволило сформулировать ряд ключевых выводов и предложений, обладающих как теоретической, так и практической значимостью. Цифровая трансформация, охватившая все аспекты современной экономики и общественной жизни, предъявляет новые требования к управлению туристскими дестинациями и формирует уникальные возможности для повышения их конкурентоспособности.

Анализ ситуации в Воронежской, Липецкой, Белгородской, Курской и Тамбовской областях показал, что суще-

ствующий уровень внедрения цифровых технологий в туристскую отрасль ЦЧР носит преимущественно фрагментарный характер, что не позволяет в полной мере реализовать богатый историко-культурный и природно-рекреационный потенциал данных территорий. Отсутствие единых информационных ресурсов, разрозненность маркетинговых усилий, недостаточная представленность комплексных цифровых сервисов для туристов и бизнеса выступают серьезными сдерживающими факторами на пути устойчивого развития регионального туризма. В текущих условиях переход от локального использования отдельных цифровых инструментов к системному, интегрированному подходу становится не просто желательным, а необходимым условием для качественного рывка вперед.

Основным результатом исследования является разработка и теоретическое обоснование интегрированной модели развития регионального туризма на основе цифровых технологий, ядром которой выступает единая цифровая туристская платформа (ЦТП). Предложенная модель носит комплексный характер и охватывает все ключевые аспекты взаимодействия в рамках региональной туристской системы в цифровой среде: от агрегации и управления контентом о туристских ресурсах и услугах до предоставления персонализированных сервисов для путешественников, реализации маркетинговых активностей и сбора аналитических данных для поддержки принятия управленческих решений. Модель базируется на принципах интеграции, клиентоориентированности, открытости, управления на основе данных и активного вовлечения всех стейкхолдеров. Ее архитектура позволяет создать единое цифровое окно для доступа к туристским возможностям региона (или макрорегиона ЦЧР), оптимизировать процессы для всех участников и повысить общую эффективность функционирования туристской отрасли.

Значимость предложенной модели заключается в ее способности адресовать

ключевые выявленные проблемы цифровизации туризма в Центральном Черноземье. Создание единой ЦТП и сопутствующих интерфейсов решает проблему информационной разрозненности, повышает осведомленность потенциальных туристов о дестинации и упрощает процесс планирования путешествия. Интеграция сервисов бронирования и оплаты напрямую влияет на конверсию интереса в реальные поездки. Использование современных цифровых маркетинговых инструментов, координируемых через платформу, позволяет повысить охват целевых аудиторий и эффективность продвижения как отдельных регионов, так и макрорегиона в целом, в т. ч. за счет формирования и продвижения межрегиональных маршрутов. Внедрение механизмов персонализации и интерактивных сервисов способствует улучшению качества туристского опыта, повышению удовлетворенности и лояльности посетителей. Критически важным элементом является аналитический блок, который трансформирует управление туризмом из интуитивного процесса в процесс, основанный на объективных данных, позволяя отслеживать динамику потоков, понимать поведение потребителей, оценивать эффективность маркетинговых вложений и своевременно корректировать стратегию развития.

Успешная реализация сопряжена с вызовами, требующими решения:

- значительные финансовые вложения в разработку и поддержку;

- кадровый дефицит квалифицированных IT-специалистов;

- организационная трансформация бизнеса (особенно МСП) и преодоление дефицита цифровых компетенций;

- нормативно-правовые аспекты (информационная безопасность, защита персональных данных).

Успех проекта зависит от политической воли и построения эффективного государственно-частного партнерства.

Предложенная модель вносит вклад в развитие теоретико-методологических основ управления региональным туризмом и предлагает практико-ориентированную концептуальную рамку для стратегий цифровизации туристской отрасли Центрального Черноземья. Дальнейшие исследования необходимы для детальной проработки экономических моделей монетизации ЦТП и изучения интеграции новейших технологий, таких как ИИ, IoT и блокчейн.

Сравнительный анализ опыта Центрального Черноземья с другими регионами России также может дать ценные уроки и способствовать обмену лучшими практиками.

В целом развитие и имплементация интегрированных цифровых моделей является ключевым фактором обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития регионального туризма в XXI веке, и регионы Центрального Черноземья имеют все предпосылки для успешного движения по этому пути.

Список литературы

1. Стебихов Д. А., Абушенкова М. В. Влияние международных отношений на смену туристских ориентиров // Туристический, гостиничный и ресторанный бизнес: инновации и тренды: материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Курск, 7 апреля 2022 г. / Юго-Западный государственный университет. Курск, 2022. С. 157-160.
2. Полищук О. А., Казарян Ш. Г., Копылова Д. А. Цифровая трансформация гостиничного бизнеса как необходимое условие успешного функционирования отелей // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. Т. 13, № 5. С. 71-82. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-71-82>
3. Хатукай С. А., Подколзина И. М. Цифровая трансформация: преобразования в туристической отрасли // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2019. № 4 (250). С. 191–198.

4. Гамидуллаева Л. А., Финогеев А. Г. Методические подходы к управлению развитием отраслевых экосистем (на примере туристской индустрии) // *π-Economy*. 2023. Т. 19, № 2. С. 7–23.
5. Поздняков К. К. Бюджетные средства в финансировании инвестиций инновационного развития региона (на примере Центрально-Черноземного района) // *Финансы и управление*. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetye-sredstva-v-finansirovanii-investitsiy-innovatsionnogo-razvitiya-regiona-na-primere-tsentralno-chernozemnogo-rayona> (дата обращения: 09.07.2025).
6. Морозова В. А., Смирнова М. А., Петров А. А. Интеграция инновационных технологий и территориального развития туризма в Курске: перспективы и вызовы // *Актуальные проблемы развития туристской индустрии: материалы Международной научно-практической конференции*, г. Курск, 24 октября 2024 г. Курск: Университетская книга, 2024. С. 134–137.
7. Новикова Н. Г., Лебедев К. А., Лебедева О. Е. Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики // *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. Серия: Экономика и менеджмент. 2016. № 2. С. 15–21.
8. Артеменко О. Н. Региональный туризм как инструмент развития территории // *Russian Journal of Economics and Law*. 2013. № 2 (26). С. 11–17.
9. Проблемы развития регионального туризма в условиях экономической нестабильности / О. М. Лукерина, С. С. Жмурова, М. Г. Репина, А. А. Виноградов, Н. В. Дмитриева // *Экономика и предпринимательство*. 2022. № 3(140). С. 385–388. <https://doi.org/10.34925/EIP.2022.140.03.071>
10. Оборин М. С., Сарян А. А. Роль цифровых технологий в развитии информационного пространства управления региональным туризмом // *Сервис в России и за рубежом*. 2019. Т. 13, № 3 (85). С. 24–33.
11. Морозов М. М. Развитие регионального туризма на основе применения цифровых технологий // *Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства: материалы IV Международной научной интернет-конференции: в 2 ч.* Вологда: Вологодский научный центр Российской академии наук, 2020. Ч. 2. С. 564–567.
12. Туризм // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm#> (дата обращения: 09.07.2025).
13. Севрюков И. Ю. Цифровая трансформация сферы туризма и гостеприимства: потенциал, тренды, региональный аспект // *Экономика, предпринимательство и право*. 2025. Т. 15, № 3. С. 1739–1758. <https://doi.org/10.18334/ep.15.3.122286>
14. Стратегии цифровой трансформации регионов России // TADVISER. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Стратегии_цифровой_трансформации_регионов_России (дата обращения: 09.07.2025).
15. Разработка цифровых туристических маршрутов // 20.35. Университет. URL: <https://pt.2035.university/project/razrabotka-cifrovyyh-turisticskih-marsrutov> (дата обращения: 09.07.2025).
16. Вишневская Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2019. Т. 5, № 4. С. 12–24. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2>
17. Восколович Н. А. На пути к цифровому туризму // *Государственное управление. Электронный вестник*. 2024. № 102. С. 155–167. <https://doi.org/10.55959/MSU2070-1381-102-2024-155-167>
18. Бурнашев Р. Ф., Акбарзода М. Т. Роль информационных технологий в повышении качества предоставления услуг в туристской индустрии // *Universum: технические науки: электронный научный журнал*. 2023. № 7(112). URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (дата обращения: 09.07.2025).
19. Севрюков И. Ю. Цифровая трансформация сферы туризма и гостеприимства: потенциал, тренды, региональный аспект // *Экономика, предпринимательство и право*. 2025. Т. 15, № 3. С. 1739–1758. <https://doi.org/10.18334/ep.15.3.122286>
20. Национальный проект «Туризм и гостеприимство» // Правительство России. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/920/about/> (дата обращения: 09.05.2025).
21. Морозов М. А., Морозова Н. С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // *Естественно-гуманитарные исследования*. 2020. № 2 (28). С. 196–202.

22. Овчаренко Л. А., Лебезова Э. М. Цифровизация как новая парадигма управления развитием туризма // Век качества. 2021. № 4. С. 106–126.

References

1. Stebikhov D.A., Abushenkova M.V. The influence of international relations on the change of tourist landmarks. In: *Turisticheskii, gostinichnyi i restorannyi biznes: innovatsii i trendy: materialy Vse-rossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Kursk, 7 aprelya 2022 goda = Tourism, hotel and restaurant business: innovations and trends: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical conference, 7 April 2022, Kursk*. Kursk: Yugo-Zapadnyi gosudarstvennyi universitet; 2022, P. 157-160. (In Russ.)
2. Polishchuk O.A., Kazaryan Sh.G., Kopylova D.A. Digital transformation of the hotel business as a necessary condition for the successful functioning of hotels. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2023;13(5):71-82. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-5-71-82>
3. Khatukai S.A., Podkolzina I.M. Digital transformation: transformations in the tourism industry. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 5: Ekonomika = Bulletin of the Adygea State University. Series 5: Economics*. 2019;(4):191–198. (In Russ.)
4. Gamidullayeva L.A., Finogeev A.G. Methodological approaches to managing the development of industrial ecosystems (using the example of the tourism industry). *π-Economy*. 2023;19(2):7–23. (In Russ.)
5. Pozdnyakov K.K. Budgetary funds in financing investments in the innovative development of the region (on the example of the Central Chernozem region). *Finansy i upravlenie = Finance and Management*. 2021;(3). (In Russ.) Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhethnye-sredstva-v-finansirovanii-investitsiy-innovatsionnogo-razvitiya-regiona-na-primere-tsentralno-chernozemnogo-rayona> (accessed 09.07.2025).
6. Morozova V.A., Smirnova M.A., Petrov A.A. Integration of innovative technologies and territorial development of tourism in Kursk: prospects and challenges. In: *Aktual'nye problemy razvitiya turistskoi industrii: materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, g. Kursk, 24 oktyabrya 2024 goda = Actual problems of development of the tourism industry: Proceedings of the international scientific and practical conference, 24 October 2024, Kursk*. Kursk: Universitetskaya kniga; 2024. P. 134-137. (In Russ.)
7. Novikova N.G., Lebedev K.A., Lebedeva O.E. Regional tourism as a factor of socio-economic development of the economy. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment = Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics and Management*. 2016;(2):15–21. (In Russ.)
8. Artemenko O.N. Regional tourism as a tool for the development of the territory. *Russian Journal of Economics and Law*. 2013;(2):11–17. (In Russ.)
9. Lukerina O.M., Zhmurova S.S., Repina M.G., Vinogradov A.A., Dmitrieva N.V. Problems of regional tourism development in conditions of economic instability. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Economics and Entrepreneurship*. 2022;(3):385-388. (In Russ.) <https://doi.org/10.34925/EIP.2022.140.03.071>
10. Oborin M.S., Saryan H.A. The role of digital technologies in the development of the information space for regional tourism management. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and Abroad*. 2019;13(3):24–33. (In Russ.)
11. Morozov M.M. Development of regional tourism based on the use of digital technologies. In: *Problemy i perspektivy razvitiya nauchno-tekhnologicheskogo prostranstva : materialy IV Mezhdunarodnoi nauchnoi internet-konferentsii = Problems and prospects of the scientific and technological space development: Proceedings of the IV International Scientific Internet Conference*. Pt. 2. Vologda: Vologodskii nauchnyi tsentr Rossiiskoi akademii nauk; 2020. P. 564-567. (In Russ.)
12. Tourism. Federal State Statistics Service. (In Russ.) Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm#> (accessed 09.07.2025).

13. Sevryukov I.Y. Digital transformation of tourism and hospitality: potential, trends, regional aspect. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*. 2025;15(3):1739-1758. (In Russ.) <https://doi.org/10.18334/epp.15.3.122286>
14. Strategies of digital transformation of Russian regions. TADVISER. (In Russ.) Available at: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Digital_transformation_Strategy_regions_Russia (accessed 09.07.2025).
15. Development of digital tourist routes. 20.35. University. (In Russ.) Available at: <https://pt.2035.university/project/razrabotka-cifrovyyh-turisticheskikh-marsrutov> (accessed: 09.07.2025).
16. Vishnevskaya E.V. The impact of digital technologies on the development of the tourist market. *Nauchnyi rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa = Scientific Result. Business and Service Technologies*. 2019;5(4):12-24. (In Russ.) <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2>
17. Voskolovich N.A. On the way to digital tourism. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik = Public Administration. Electronic Bulletin*. 2024;(102):155-167. (In Russ.) <https://doi.org/10.55959/MSU2070-1381-102-2024-155-167>
18. Burnashev R.F., Akbarzoda M.T. The role of information technology in improving the quality of services in the tourism industry. *Universum: tekhnicheskie nauki: elektronnyi nauchnyi zhurnal = Universum: Technical Sciences: Electronic Scientific Journal*. 2023;(7). (In Russ.) Available at: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (accessed 09.07.2025).
19. Sevryukov I.Y. Digital transformation of tourism and hospitality: potential, trends, regional aspect. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*. 2025;15(3):1739-1758. (In Russ.) <https://doi.org/10.18334/epp.15.3.122286>
20. National project "Tourism and Hospitality". Government of Russia. (In Russ.) Available at: <http://government.ru/rugovclassifier/920/about/> (accessed 09.07.2025).
21. Morozov M.A., Morozova N.S. Innovative trends in the development of tourism and the hotel business in the context of digitalization. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural Sciences and Humanities Research*. 2020;(2):196–202. (In Russ.)
22. Ovcharenko L.A., Lebezova E.M. Digitalization as a new paradigm of tourism development management. *Vek kachestva = Century of Quality*. 2021;(4):106–126. (In Russ.)

Информация об авторах / Information about the Authors

Смирнова Марина Алексеевна, старший научный сотрудник историко-проектного отдела, Курский областной краеведческий музей, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: smrnv.marina@vk.com, ORCID: 0000-0002-1396-7195

Marina A. Smirnova, Senior Research at the Historical and Design Department, Kursk Regional Museum of Local Lore, Kursk, Russian Federation, e-mail: smrnv.marina@vk.com, ORCID: 0000-0002-1396-7195

Абушенкова Марина Владимировна, доцент кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru, ORCID:0000-0002-8632-1715

Marina V. Abushenkova, Associate Professor at the Department of History and Social and Cultural Services, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8632-1715

Томанова Елизавета Сергеевна, студент кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: tomanova05@mail.ru, ORCID: 0009-0008-8214-7394

Elizaveta S. Tomanova, Student at the Department of History and Socio-Cultural Services, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: tomanova05@mail.ru, ORCID: 0009-0008-8214-7394