

Оригинальная статья / Original article

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-2-156-166>Инновации в сфере экскурсионного обслуживания
в гостиничной индустрииЖ. Ю. Коптева¹ ✉, А. Р. Федорова¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: zhanna.kopteva@inbox.ru

Резюме

Актуальность. Экскурсионные услуги входят в перечень дополнительных гостиничных услуг и сегодня предоставляются практически во всех отелях, независимо от их категории и репутации. На сегодняшний день российская экономика находится под влиянием западных ограничительных мер и кардинальных изменений, которые происходят в международных отношениях и мировой политике. В условиях трансформации экономики России увеличивается спрос на внутренний рекреационный и познавательный туризм, что является толчком для развития и укрепления внутреннего туризма. Статья посвящена изучению применения современных технологий в сфере экскурсионного обслуживания отелей на примере технологий виртуальной реальности.

Цель – обосновать внедрение применения современных технологий в сфере экскурсионного обслуживания гостиничной индустрии.

Задачи: дать характеристику инновации; определить цель создания инновации и ее целевую аудиторию; рассмотреть ресурсы, необходимые для создания данной инновации, и предполагаемый от нее результат.

Методология. Данное исследование организовано на поиске, научном обзоре и анализе материала, размещенного в открытых источниках (ресурсы Интернета) и печатных научных изданиях. В статье также использованы данные из научных публикаций, размещенных в печатных источниках. Исходя из общей логики статьи материал был систематизирован и обработан.

Результаты. В результате дано обоснование применения современных VR-технологий в сфере экскурсионного обслуживания гостиничной индустрии, рассмотрены ресурсы, необходимые для ее создания, определена целевая аудитория и экономическая эффективность. Кроме того, важным итогом является повышение репутации отеля и ее известности на рынке, что приведет к увеличению потока туристов и доходности гостиничного предприятия.

Выводы. Предлагаемые современные VR-технологии направлены на усовершенствование сферы экскурсионного обслуживания отелей, повышение качества экскурсионного обслуживания и удовлетворения познавательных потребностей гостей, увеличение объема экскурсионных услуг и чистой прибыли гостиничного предприятия.

Ключевые слова: инновации; экскурсионное обслуживание; гостиничная индустрия; виртуальная реальность; VR-технология.

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: Коптева Ж. Ю., Федорова А. Р. Инновации в сфере экскурсионного обслуживания в гостиничной индустрии // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. Т. 13, № 2. С. 156–166. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-2-156-166>.

Поступила в редакцию 15.02.2023

Принята к публикации 10.03.2023

Опубликована 28.04.2023

© Коптева Ж. Ю., Федорова А. Р., 2023

Innovations in the Field of Excursion Services in the Hotel Industry

Zhanna Yu. Kopteva¹ ✉, Anastasia R. Fedorova¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: zhanna.kopteva@inbox.ru

Abstract

Relevance. Sightseeing services are included in the list of additional hotel services and today are provided in almost all hotels, regardless of their category and reputation. Today, the Russian economy is under the influence of Western restrictive measures and cardinal changes that are taking place in international relations and world politics. In the context of the transformation of the Russian economy, the demand for domestic recreational and educational tourism is increasing, which is an impetus for the development and strengthening of domestic tourism. The article is devoted to the study of the application of modern technologies in the field of excursion service of hotels, using the example of virtual reality technologies.

The purpose is to justify the introduction of modern technologies in the field of excursion services of the hotel industry.

Objectives: to characterize the innovation, to determine the purpose of creating an innovation and its target audience, to consider the resources needed to create this innovation, and the expected result from it.

Methodology. His research is organized on the search, scientific review and analysis of the material published in open sources (Internet resources) and printed scientific publications. The article also uses data from scientific publications published in printed sources. Based on the general logic of the article, the material was systematized and processed.

Results. As a result, the rationale for the use of modern VR technologies in the field of excursion services of the hotel industry is given, the resources necessary for its creation are considered, the target audience and economic efficiency are determined. In addition, an important result is to increase the reputation of the hotel and its popularity in the market, which will lead to an increase in the flow of tourists and the profitability of the hotel enterprise.

Conclusions. The proposed modern VR technologies are aimed at improving the field of excursion services of hotels, improving the quality of excursion services and meeting the cognitive needs of guests, increasing the volume of excursion services and the net profit of the hotel enterprise.

Keywords: innovation; excursion service; hotel industry; virtual reality; VR technology.

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: Kopteva Zh. Yu., Fedorova A. R. Innovations in the Field of Excursion Services in the Hotel Industry. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2023; 13(2): 156–166. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-2-156-166>.

Received 15.02.2023

Accepted 10.03.2023

Published 28.04.2023

Введение

На сегодняшний день российская экономика находится под влиянием западных ограничительных мер и кардинальных изменений, которые происходят в международных отношениях и мировой политике.

В 2022 г. российская туристическая отрасль попала под санкции Запада. Это серьезный риск для предприятий, бизнес-структур и отраслей, которые ориентиро-

ваны на внешние рынки или деятельность которых зависит от иностранных поставщиков. Они оказывают воздействие на деловые связи с зарубежными партнерами, доступ к зарубежным рынкам, отдельным товарам, услугам и технологиям. Многие компании, против которых введены торговые и блокирующие ограничения, несут значительный финансовый и репутационный ущерб.

Одной из отраслей, которая попала под влияние международных санкций и

ограничений, является гостиничная индустрия. Ограничительные меры привели к тому, что такие зарубежные гостиничные сети, как Accor, IHG, Marriot, Hilton, Hyatt, приостановили свою деятельность или покинули российский рынок. Также отечественный рынок покинул крупнейший международный сервис интернет-бронирования Booking.com.

В условиях трансформации экономики России увеличивается спрос на внутренний рекреационный и познавательный туризм, что является толчком для развития и укрепления внутреннего туризма.

В свою очередь, внутренний туризм – основной фактор для прогрессивного подъема гостиничного рынка России. Его расширение способствует созданию новых точек роста для данной индустрии. Уход зарубежных компаний в сочетании с ростом внутреннего спроса является стратегической возможностью для отечественных гостиничных сетей.

Однако сложившаяся ситуация привела также к росту уровня конкуренции на российском рынке гостиничных услуг. Поэтому организациям данного сектора экономики необходимо своевременно адаптироваться к динамично меняющимся условиям, становясь инициатором внутриорганизационных инновационных процессов. Причем данные инновационные процессы должны протекать с обязательным применением современных компьютерных технологий [1].

Именно инновации с использованием современных технологий помогают привлечь новых клиентов, увеличить прибыль гостиничного предприятия и повысить его конкурентоспособность на рынке, а также способствуют процессу развития отечественной гостиничной индустрии.

Исходя из актуальности данной проблемы была выбрана тема исследования. Практическая значимость исследования заключается в предложении по усовершенствованию экскурсионного обслуживания гостиничных предприятий.

Материалы и методы

Экскурсия (от лат. *excursio* – поездка) – это коллективное или индивидуальное посещение достопримечательных чем-либо объектов (памятники культуры, музеи, предприятия, местность и т. д.), поездка куда-либо с образовательной, познавательной целью, а также форма и метод приобретения знаний [2, с. 56].

Экскурсионные услуги входят в перечень дополнительных гостиничных услуг и сегодня предоставляются практически во всех отелях, независимо от их категории и репутации. Экскурсионным обслуживанием на гостиничном предприятии занимаются менеджер по организации экскурсий и экскурсовод. В некоторых крупных гостиницах имеются собственные экскурсионные бюро и специализированные отделы [3; 4, с. 215].

Согласно статистическим данным, количество прибыльных организаций туристической индустрии в стране в 2021 г. увеличилось на 11% по сравнению с 2020 г. и почти на 25% за последние пять лет. Также наблюдается рост инвестиций в основной капитал (табл. 1). Отрасли уделяется особое внимание и системная поддержка со стороны государства, посредством реализации федеральных программ («Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма») и согласно национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Если на поддержку туризма в 2019 г. было направлено 7 млрд руб., то в 2022 г. – 74,5 млрд руб. [5].

Меры государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, которые осуществляют деятельность в сфере гостиничного бизнеса:

- федеральные и региональные меры поддержки;

- финансовая поддержка (программы льготных кредитов, отсрочка по кредитам);

- меры налогового стимулирования и льготное налогообложение (снижение

ставки налогов и страховых взносов, продление срока уплаты налоговых платежей);

- отсрочка и снижение размера арендных платежей;

- гранты;

- государственная поддержка региональных программ;

- поддержка и продвижение событийных мероприятий;

- программа туристического кешбека;

- продвижение внутреннего туризма

[6; 7].

Таким образом, наблюдается положительная динамика показателей деятельности гостиничной индустрии в РФ (табл. 1, рис. 1-4).

Для усиления эмоциональной составляющей и повышения эффективно-

сти предоставления экскурсионных услуг при отелях предлагается в качестве альтернативы классическим экскурсиям VR-экскурсии с применением технологий виртуальной реальности. Технология виртуальной реальности (virtualreality, VR) – это комплексная технология, позволяющая погрузить человека в смоделированный с помощью компьютерных технологий виртуальный мир при использовании специализированных устройств (шлемов и очков виртуальной реальности) [9, с. 23; 10; 11]. Данная технология уже нашла применение не только в игровой индустрии, но и в маркетинге, торговле недвижимостью, дизайне, образовании и медицине.

Таблица 1. Отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии в РФ в 2015–2021 гг. [8].

| Наименование статистических показателей | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Число организаций | 85 115 | 86 968 | 114 779 | 113 009 | 111 874 | 113 847 | 114 041 |
| Число прибыльных организаций | 62 592 | 64 821 | 87 169 | 85 870 | 85 062 | 76 320 | 86 096 |
| Число убыточных организаций | 22 523 | 22 147 | 27 610 | 27 139 | 26 812 | 37 527 | 27 945 |
| Выручка (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), млрд руб. | 2 815,3 | 3 103,4 | 5 584,3 | 6 207,3 | 4 879,3 | 5 212,4 | 7 130,5 |
| Прибыль, млрд руб. | 155,0 | 302,6 | 380,2 | 371,4 | 353,6 | 254,6 | 483,0 |
| Убыток, млрд руб. | 325,4 | 141,7 | 208,8 | 168,5 | 180,1 | 471,4 | 233,1 |
| Ввод в действие объектов туризма, мест: | | | | | | | |
| – гостиницы | 11 976 | 10 822 | 12 460 | 12 191 | 14 489 | 11 711 | 13 245 |
| – санатории | 395 | 356 | 1 287 | 664 | 840 | 188 | 1 714 |
| – дома отдыха | 709 | 730 | 850 | 2 794 | 1 415 | 847 | 1 430 |
| – туристские базы | 358 | 371 | 817 | 417 | 580 | 804 | 1 019 |
| – мотели | 25 | 149 | 99 | 177 | 67 | 404 | 69 |
| – кемпинги | 28 | 60 | 3 | 105 | 426 | 107 | 32 |
| Среднемесячная начисленная заработная плата работников, руб. | 40 044 | 42 947 | 46 160 | 51 580 | 54 185 | 52 985 | 59 234 |
| Оборот, млрд руб. | 1 754,2 | 1 755,7 | 2 416,5 | 2 785,4 | 3 041,1 | 1 950,4 | 2 960,0 |
| Инвестиции в основной капитал, млрд руб. | 370,9 | 323,8 | 313,1 | 348,9 | 359,5 | 343,4 | 388,6 |
| Наличие основных фондов на конец года по остаточной балансовой стоимости, млрд руб. | 1 425,6 | 1 583,4 | 2 744,2 | 3 091,7 | 3 121,8 | 2 057,9 | 2 107,2 |
| Ввод новых основных фондов, млрд руб. | 189,3 | 187,4 | 242,1 | 385,4 | 425,9 | 288,3 | 288,7 |

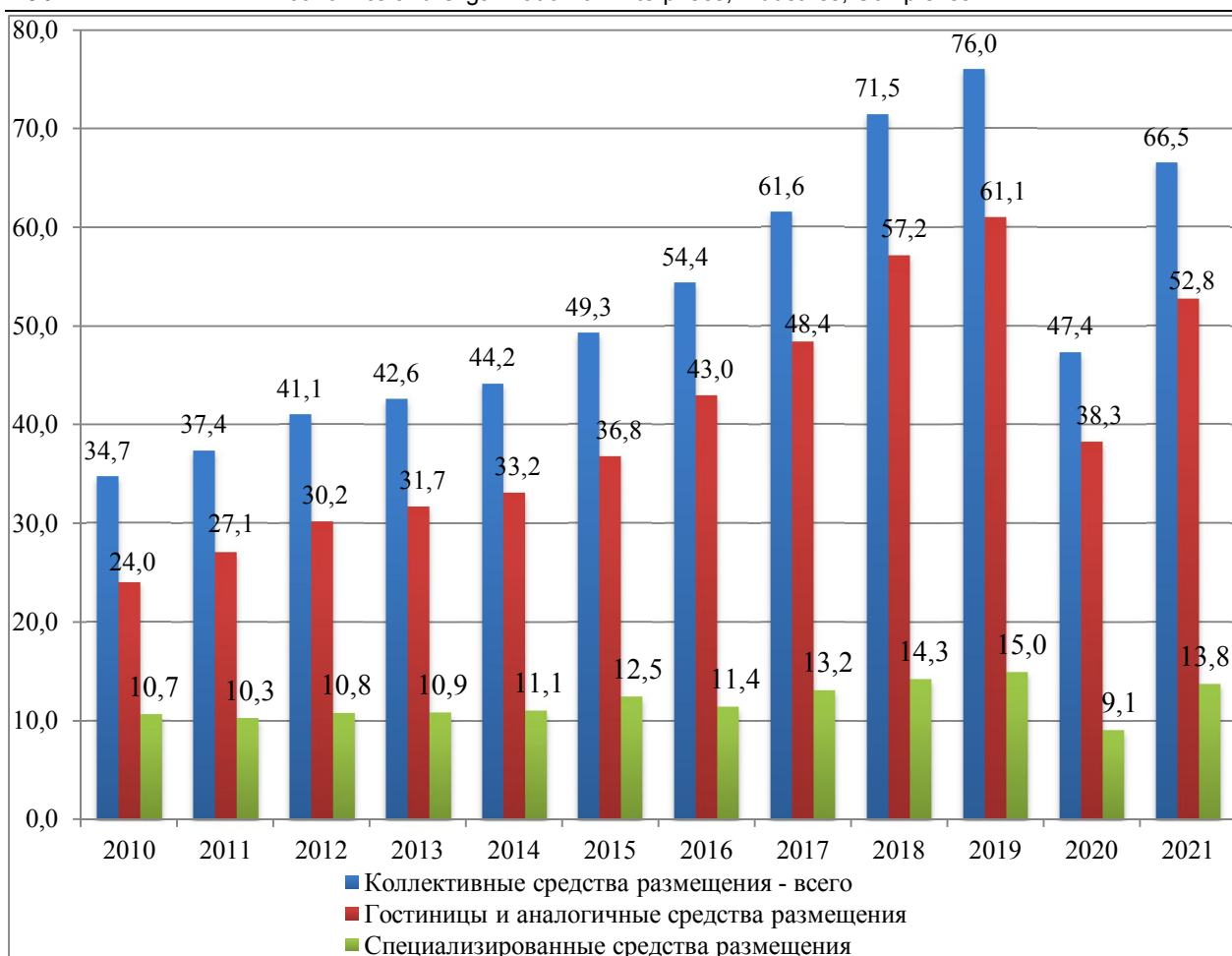


Рис. 1. Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения в 2010–2021 гг., млн чел. [8].



Рис. 2. Распределение численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, по целям поездок в 2021 г., % [8]

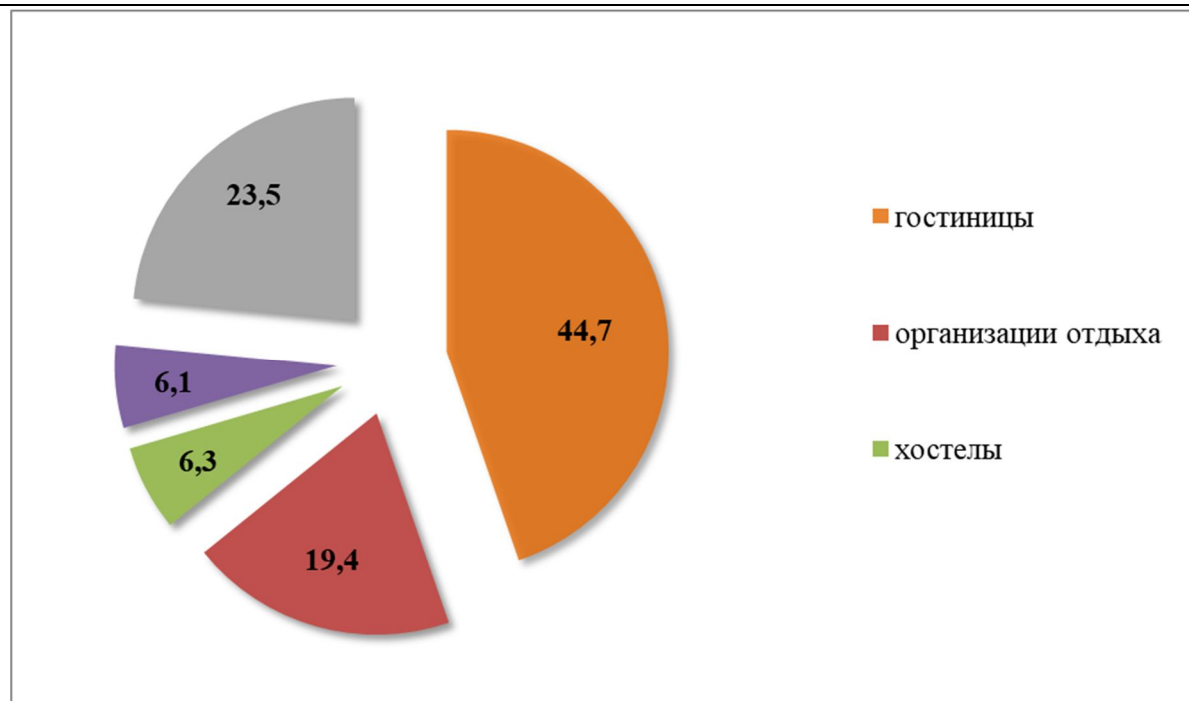


Рис. 3. Распределение числа коллективных средств размещения по типам в 2021 г., % [8].

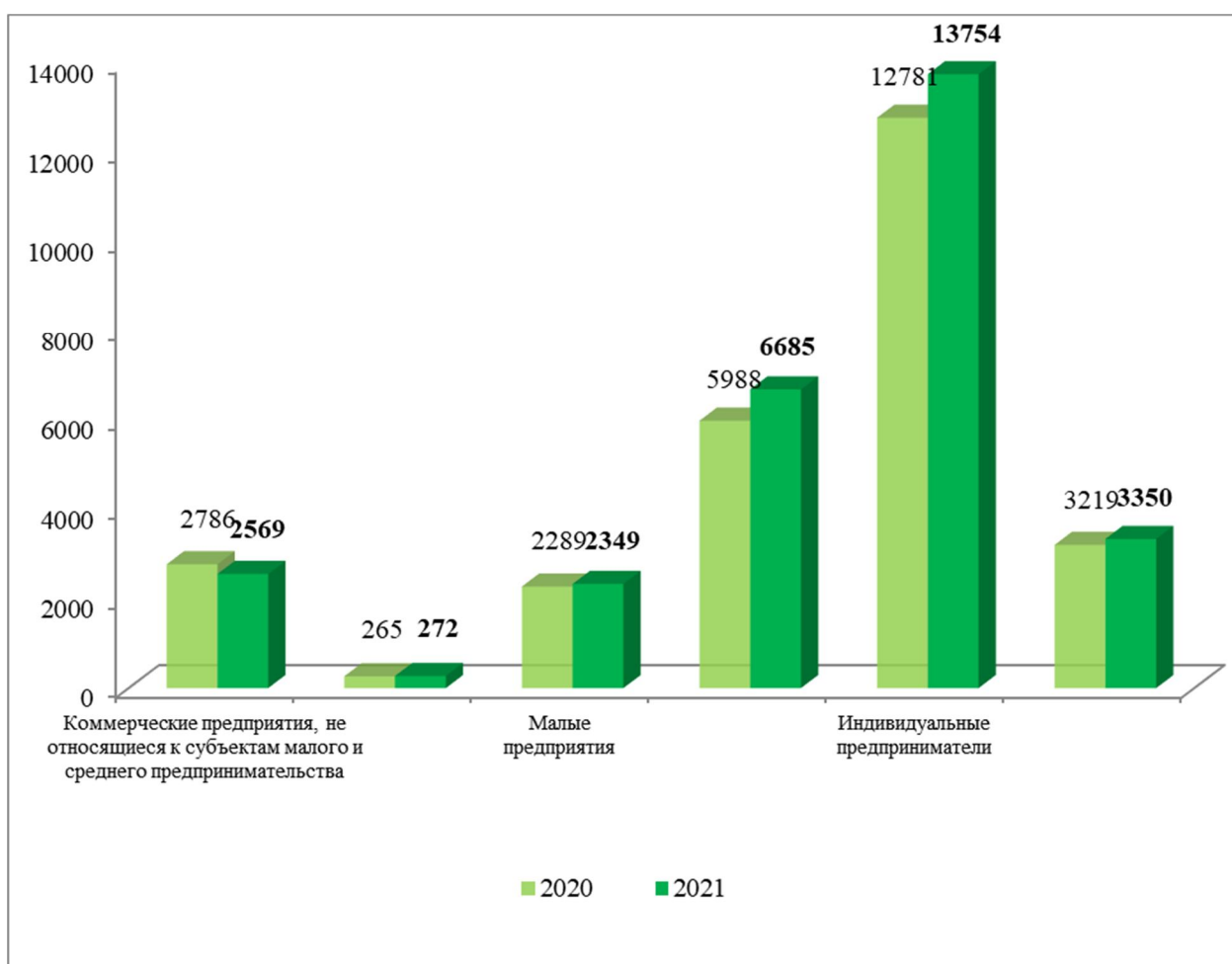


Рис. 4. Число коллективных средств размещения по типам хозяйствующих субъектов 2020–2021 гг. [8].

В современных условиях применение технологий виртуальной реальности в сфере туристической индустрии (виртуальный туризм) достаточно актуально и востребовано. Однако в отечественной науке данная тема недостаточно изучена. В результате границы таких терминов, как «виртуальный туризм», «виртуальный тур», «виртуальное путешествие», «виртуальная экскурсия», остаются размытыми, и их трактовка требует дальнейшей конкретизации. Сложившаяся ситуация объясняется относительной новизной и динамичностью развития технологий виртуальной реальности.

Несмотря на то, что авторов, занимающихся вопросами теоретического осмысления виртуального туризма, небольшое количество, важно отметить весомый вклад в изучение данной темы таких исследователей, как В. А. Шамликашвили, И. А. Латыпов, Ю. П. Воронина, Е. А. Борисов, В. Е. Быкасов, С. А. Ваграбян, Ю. М. Елфимова, Н. А. Кинстлер.

Так, например, И. А. Латыпов определил виртуальный туризм как особый вид деятельности физических и юридических лиц, организующих виртуальные туры. Данное определение является недостаточно полным.

Наиболее точно и емко термин «виртуальный туризм» истолковала В. А. Шамликашвили, определив его как деятельность индивида, направленную на реализацию взятой фактической реальной информации без физического перемещения с применением современной компьютерной техники и коммуникационных сетей [12].

Е. А. Кшуманева обозначила понятие «виртуальный тур» (он же – «виртуальная экскурсия») как «новый метод отображения трехмерного пространства на экране, сопровождающийся привязкой дополнительных мультимедийных информационных компонентов: 3D-объекты, видео и фотогалерея, поясняющие надписи, всплывающие окна с до-

полнительной информацией, графически оформленные клавиши управления» [13].

В. А. Кинстлер рассматривал виртуальный тур как «небольшое приложение, размещаемое на сайте компании и включающее в себя сферические фотографии с обзором в 360 градусов, навигацию и интерактивные элементы» [14].

Наиболее полное определение термина «виртуальная экскурсия (тур)» принадлежит С. Е. Юленкову. По его мнению, виртуальная экскурсия – это «способ реалистичного отображения трехмерного многоэлементного пространства на экране» [15].

По мнению Ю. П. Ворониной, виртуальное путешествие представляет собой «тип путешествия, предполагающий физическую дистанцию человека от места желаемого посещения, но сопровождаемый визуализацией присутствия и соответствующим эмоционально-событийным переживанием» [16].

Результаты и их обсуждение

Сегодня в Интернете на сайтах известных мировых музеев можно «посетить» виртуальные панорамные экскурсии. Но VR-экскурсия отличается от подобной экскурсии, которая технически состоит из связанных между собой панорам, т. е. пользователь имеет возможность просматривать на экране монитора набор больших закольцованных фотографий. Взаимодействие с такой системой ограничено – пользователь сможет только видеть вокруг, вращая панораму, и «перемещаться» между ними по заданным точкам.

Виртуальная реальность, в отличие от мультимедийных технологий, обеспечивает полное погружение в искусственно созданный трехмерный мир с помощью VR-очков. Человек воспринимает данный мир максимально естественно за счет воздействия VR на его ощущения и органы чувств: VR заменяет физические

ощущения реального мира на виртуальные [17; 18, с. 4].

Можно сказать, что VR-экскурсия – это компьютерная игра. Виртуальная среда, окружающая пользователя, позволяет ему свободно перемещаться в пределах реализованного пространства и взаимодействовать с любыми предметами. Данная среда определенным образом может реагировать на действия человека.

Экскурсионное обслуживание с применением данной инновации может осуществляться по следующему алгоритму. Гостю предоставляется выбор между классической экскурсией и VR-экскурсией, на которой также можно «посетить» религиозные, культурные, исторические достопримечательности и музеи региона. При выборе виртуальной технологии гостя приглашают в оборудованное помещение, где на него надевают VR-очки с наушниками и запускают интересующую его экскурсию. VR-экскурсия содержит аудиосопровождение: по мере продвижения пользователя по экскурсии воспроизводится заранее записанный рассказ экскурсовода о посещаемой достопримечательности и об объектах, с которыми взаимодействует пользователь. Аудиосопровождение представлено на русском языке и на нескольких иностранных языках.

Данная инновация предназначена для туристов, путешествующих в познавательных целях, и позволит им в короткий срок, не выходя из отеля, «посетить» как можно больше достопримечательностей.

Управление взаимодействием с объектами в виртуальной реальности осуществляется с помощью специальных контроллеров. Некоторые из них позволяют путешествовать в VR без перемещения пользователя в реальном пространстве. Поэтому данная технология также направлена на гостей с ОВЗ, имеющих ограничения в передвижении, неспособных посещать классические экскурсии.

Такая инновация позволит гостиничному предприятию повысить эффективность продаж экскурсионного продукта и увеличить прибыль. Также она будет способствовать привлечению новых клиентов и повышению конкурентоспособности гостиницы на рынке [19; 20].

Для внедрения необходимо приобрести VR-очки с наушниками, а также компьютер с высокой производительностью и накопителем данных большой емкости. Необходимо наличие специальной комнаты, в которой будет установлено данное оборудование. Эта комната должна быть просторной, и в ней не должны присутствовать посторонние и травмоопасные предметы.

VR-экскурсия – это компьютерная программа, для разработки которой необходимо привлечение программистов и 3D-модделлеров. Они совместно с экскурсоводами гостиницы составляют техническое задание, в котором фиксируются все требования к будущему продукту. На основе этого документа ведется разработка и тестирование VR-экскурсии.

Потребность в финансовых ресурсах для реализации проекта «VR-экскурсии» (расходы на мебель, оборудование, компьютер с высокой производительностью (Асер РО3-630), системы датчиков отслеживания движения (VIVATRACKER 3.0) и др.) составит 753787 руб.

Годовые расходы на оказание услуги «Показ фильмов» составят 652 432 руб., а ее себестоимость – 894 руб. Затраты на услугу «Виртуальный тур (индивидуальный)» – 709687 руб. в год, себестоимость услуги составит 972 руб.

При средней загруженности общая годовая выручка составит 2 044 000 руб., а общая чистая прибыль – 681820 руб. С учетом затрат на себестоимость услуг проект окупится примерно в течение одного года (табл. 2).

Финансовый результат от реализации проекта составит 681820 руб. в год.

Таблица 2. Эффективность внедрения VR-экскурсии с применением технологий виртуальной реальности

| Показатели | Вид услуги | |
|------------------------------------|---------------|----------------------------------|
| | показ фильмов | виртуальный тур (индивидуальный) |
| Цена за ед. услуги, руб. | 1100 | 1700 |
| Среднее кол-во посещений в день | 2 | 2 |
| Выручка за 1 год, руб. | 803000 | 1241 000 |
| Прямые годовые расходы, руб. | 20 400 | 20 400 |
| Коммерческие годовые расходы, руб. | 15 600 | 15 600 |
| Итого годовых затрат, руб. | 652 432 | 709 687 |
| Себестоимость ед. услуги, руб. | 894 | 972 |
| Чистая прибыль в месяц, руб. | 12360 | 43 680 |
| Чистая прибыль в год, руб. | 150380 | 531 440 |

Выводы

В условиях трансформации российской экономики неизбежен рост конкуренции на отечественном рынке гостиничных услуг. Поэтому инновации в сфере гостиничных услуг с применением современных технологий – неотъемлемая часть деятельности любого гостиничного предприятия. Современные компьютерные технологии и технологии виртуальной реальности являются важной неотъемлемой частью виртуального туризма, имитируя эффект «присутствия». Таким образом, виртуальные туры дают воз-

можность осматривать и изучать туристические объекты в том виде, в каком они есть на самом деле, аналогично, как и при реальном их посещении.

Важным положительным результатом будет выступать повышение репутации отеля и ее известности на рынке, что приведет к увеличению потока туристов и доходности гостиничного предприятия. Экономический эффект заключается в увеличении объема экскурсионных услуг, а социальный – в повышении качества экскурсионного обслуживания и удовлетворения познавательных потребностей гостей.

Список литературы

1. Современные кадровые технологии как механизм эффективного управления / Л. А. Афанасьева, Ж. Ю. Коптева, Г. И. Тубольцева, А. А. Афанасьева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2019. № 2(75). С. 288–297.
2. Организация туристской деятельности / И. С. Кусов, Н. В. Шабалина, Е. С. Каширина, С. В. Поспелова; под ред. Р. Р. Тимиргалеевой. Майкоп: ЭЛИТ, 2021. С. 56.
3. Коптева, Ж. Ю., Евдокимова А. О. Роль государства в регулировании экономики // Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах: сборник научных трудов IV Международной научно-практической конференции, Курск, 18–19 февраля 2015 года. Курск: Университетская книга, 2015. С. 182–185.
4. Мышьякова Н. М. Гостиничное дело / под ред. Н. М. Мышьяковой, С. Г. Шкуропат. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. С. 215.
5. Как новая реальность меняет индустрию гостеприимства в России. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/kak-novaya-realnost-menyaet-industriyu-gostepriimstva-v-rossii> (дата обращения: 19.02.2023).
6. Меры поддержки гостиничного бизнеса. URL: <https://fond-msp.ru/podderzhka-gostinici> (дата обращения: 20.02.2023).
7. Меры поддержки в сфере туризма. URL: https://lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2022/08/08/Инфографика_по_мерам_поддержки_в_сфере_туризма.pdf (дата обращения: 20.02.2023).
8. Росстат – туризм. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 18.02.2023).

9. Джонатан Линовес. Виртуальная реальность в Unity. М.: ДМК Пресс, 2016. С. 23.
10. Мамонтова С. В. Диверсификация в деятельности организации: риск или эффективность // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сборник научных статей VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 28–29 декабря 2018 года. Курск: Университетская книга, 2018. Т. 2. С. 230–233.
11. Разработка методических аспектов и механизмов по совершенствованию комплекса маркетинговых коммуникаций / Л. А. Афанасьева, Ж. Ю. Коптева, Г. И. Тубольцева, А. А. Афанасьев // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2019. № 3(76). С. 252–260.
12. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. 2014. № 10 (94). С. 132.
13. Кшуманёва Е. А., Кикин П. М. Создание интерактивных кроссплатформенных панорамных туров // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2017. № 10. С. 35.
14. Кинстлер Н. А., Скрипка А. А., Городищева А. Н. Виртуальный тур как инструмент повышения имиджа организации // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2015. № 11. С. 662.
15. Юленков С. Е., Котельникова С. В., Касаткин А. С. Современные виртуальные экскурсии и средства разработки виртуальных экскурсий в музейной деятельности // Решетневские чтения. 2016. № 20. С. 239.
16. Воронина Ю. П. Виртуальное путешествие как актуальная культурная практика // Язык. Культура. Коммуникации. 2018. № 2. URL: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/671/764> (дата обращения: 20.02.2023).
17. Обзор систем виртуальной реальности / А. Ю. Тычков, К. Ю. Волкова, Д. В. Киселева, Е. А. Родионова // Известия вузов. Поволжский регион. Технические науки. 2020. № 2 (54). С. 3–13.
18. Системы виртуальной, дополненной и смешанной реальности / А. А. Смолин, Д. Д. Жданов, И. С. Потемин, А. В. Меженин, В. А. Богатырев. СПб.: Университет ИТМО, 2018. С. 4.
19. Мыльцева О. П. Оценка эффективности инноваций на предприятии // Российское предпринимательство. 2008. № 10-2. С. 86–91.
20. Вертакова Ю. В., Козьева И. А. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Курский государственный технический университет. Курск, 2009. 191 с.

References

1. Afanas'eva L. A., Kopteva Zh. Yu., Tubol'tseva G. I., Afanas'eva A. A. Sovremennye kadrovye tekhnologii kak mekhanizm effektivnogo upravleniya [Modern personnel technologies as a mechanism of effective management]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava = Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law*, 2019, no. 2(75), pp. 288–297.
2. Kusov I. S., Shabalina N. V., Kashirina E. S., Pospelova S. V. Organizatsiya turistskoi deyatel'nosti [Organization of tourist activity]; ed. by of R. R. Timirgaleeva. Maykop, Elite Publ., 2021, p. 56.
3. Kopteva Zh. Yu., Evdokimova A. O. [The role of the state in regulating the economy]. *Sovremennye podkhody k transformatsii kontseptsii gosudarstvennogo regulirovaniya i upravleniya v sotsial'no-ekonomicheskikh sistemakh. Sbornik nauchnykh trudov IV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Kursk, 18–19 fevralya 2015 goda* [Modern approaches to the transformation of concepts of state regulation and management in socio-economic systems. Collection of scientific papers of the 4th International Scientific and Practical Conference, Kursk, February 18-19, 2015]. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2015, pp. 182–185. (In Russ.)
4. Mysh'yakova N. M. Gostinichnoe delo [Hotel business]; ed. by N. M. Mysh'yakovoi, S. G. Shkuropat. St. Petersburg, Publishing House of SPbGUSE, 2013, p. 215.
5. Kak novaya real'nost' menyaet industriyu gostepriimstva v Rossii [How the new reality is changing the hospitality industry in Russia]. Available at: <https://welcometimes.ru/opinions/kak-novaya-realnost-menyaet-industriyu-gostepriimstva-v-rossii>. (accessed 19.02.2023)
6. Mery podderzhki gostinichnogo biznesa [Measures to support the hotel business]. Available at: <https://fond-msp.ru/podderzhka-gostinici/>. (accessed 20.02.2023)
7. Mery podderzhki v sfere turizma [Measures of support in the field of tourism]. Available at: https://lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2022/08/08/Инфографика_по_мерам_поддержки_в_сфере_туризма.pdf (accessed 20.02.2023)

8. Rosstat – turizm [Rosstat – tourism]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>. (accessed 18.02.2023)
9. Jonathan Linoves. Virtual'naya real'nost' v Unity [Virtual Reality in Unity]. Moscow, DMK Press Publ., 2016, p. 23.
10. Mamontova S. V. [Diversification in the organization's activities: risk or efficiency]. *Issledovanie innovatsionnogo potentsiala obshchestva i formirovanie napravlenii ego strategicheskogo razvitiya. Sbornik nauchnykh statei VIII Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem, Kursk, 28–29 dekabrya 2018 goda* [Research of innovative potential of society and formation of directions of its strategic development. Collection of scientific articles of the 8th All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation, Kursk, December 28–29, 2018]. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2018, pp. 230–233. (In Russ.)
11. Afanasyeva L. A., Kopteva Zh. Yu., Tuboltseva G. I., Afanasyev A. A. Razrabotka metodicheskikh aspektov i mekhanizmov po sovershenstvovaniyu kompleksa marketingovykh kommunikatsii [Development of methodological aspects and mechanisms for improving the marketing communications complex]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava = Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law*, 2019, no. 3(76), pp. 252–260.
12. Shamlikashvili V. A. Virtual'nyi turizm kak novyi vid turizma [Virtual tourism as a new type of tourism]. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy*, 2014, no. 10 (94), p. 132.
13. Kshumaneva E. A., Kikin P. M. Sozdanie interaktivnykh krossplatformennykh panoramnykh turov [Creation of interactive cross-platform panoramic tours]. *Interekspo Geo-Sibir' = Interexpo Geo-Siberia*, 2017, no. 10, p. 35.
14. Kinstler N. A., Skripka A. A., Gorodishcheva A. N. Virtual'nyi tur kak instrument povysheniya imidzha organizatsii [Virtual tour as a tool for improving the image of an organization]. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики = Actual Problems of Aviation and Cosmonautics*, 2015, no. 11, p. 662.
15. Yulenkova S. E., Kotelnikova S. V., Kasatkin A. S. Sovremennye virtual'nye ekskursii i sredstva razrabotki virtual'nykh ekskursii v muzeinoi deyatel'nosti [Modern virtual excursions and tools for developing virtual excursions in museum activities]. *Reshetnevskie chteniya = Reshetnev Readings*, 2016, no. 20, p. 239.
16. Voronina Yu. P. Virtual'noe puteshestvie kak aktual'naya kul'turnaya praktika [Virtual travel as an actual cultural practice]. *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsii = Language. Culture. Communications*, 2018, no. 2. Available at: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/671/764>. (accessed 20.02.2023)
17. Tychkov A. Yu., Volkova K. Yu., Kiseleva D. V., Rodionova E. A. Obzor sistem virtual'noi real'nosti [Overview of the Virtual Reality system]. *Izvestiya vuzov. Povolzhskii region. Tekhnicheskie nauki = News of Universities. Volga Region. Technical Sciences*, 2020, no. 2 (54), pp. 3–13.
19. Myltseva O. P. Otsenka effektivnosti innovatsii na predpriyatii [Evaluation of the effectiveness of innovations at the enterprise]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Entrepreneurship*, 2008, no. 10–2, pp. 86–91.
20. Vertakova Yu. V., Kozyeva I. A. Prognozirovanie i planirovanie v usloviyakh rynka [Forecasting and planning in market conditions]. Kursk, Kursk State Technical University Publ., 2009. 191 p.

Информация об авторах / Information about the Authors

Коптева Жанна Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и аудита, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: zhanna.kopteva@inbox.ru,
ORCID: 0000-0003-1198-6357

Zhanna Yu. Kopteva, Cand. of Sci. (Economics), Associate of the Department of Economics, Management and Audit, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: zhanna.kopteva@inbox.ru,
ORCID: 0000-0003-1198-6357

Федорова Анастасия Романовна, магистрант, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: fedorowa.ana99@yandex.ru

Anastasia R. Fedorova, Undergraduate, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: fedorowa.ana99@yandex.ru