

УДК 338:48

DOI: 10.21779/2500-1930-2022-37-1-20–29

А.М. Магомедов^{1, 2}

Использование цифровых технологий в современных условиях туристско-рекреационного освоения Дагестана

¹ ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»; Россия, 367008, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, 5.

² Дагестанский государственный университет; Россия, 367000, г. Махачкала, ул. М. Гаджиева, 43а; ali1955@mail.ru

В статье рассмотрены проблемы развития индустрии туризма и отдыха с учетом опыта антивирусных ограничений. Цифровизация анализируется как один из важнейших драйверов роста туристской отрасли. Исследованы некоторые существенные тенденции развития туристской отрасли Республики Дагестан. Подчеркивается социально-экономическое значение данного направления, в особенности для снижения уровня безработицы и повышения качества жизни населения региона. Обосновывается необходимость опережающего развития инфраструктуры отрасли. Предложены пути эффективного использования имеющегося потенциала увеличения объема услуг, оказываемых туристам, а также концептуальная модель разработки мобильного приложения для организации самостоятельных туров в регионе.

Ключевые слова: *цифровизация, инфраструктура, туризм, рекреация, отдых, мобильное приложение.*

Введение

В последнее время в мире и стране произошли события, которые напрямую повлияли на туристско-рекреационную сферу экономики. События на Украине надолго определили вектор развития внутреннего туризма как альтернативы выездному туризму. Когда какие-либо блага становятся ограниченными или вовсе недоступными, мы тогда ощущаем их действительную ценность. Одним из таких благ является свобода перемещения по миру, возможность путешествовать и отдыхать. Из-за антикоронавирусных ограничений из всех сфер деятельности туризм пострадал больше всего. Так, согласно отчету МВФ о внешнем туризме за 2020 г., общий доход отрасли снизился более чем на треть (34,7 %) [2]. Эксперты утверждают: «Сокращение экспортных доходов индустрии туризма и гостеприимства в мире по итогам 2020 года может составить от 0,9 до 1,2 трлн долларов США» [5]. Из-за пандемии, как прогнозируют специалисты Международной организации труда (МОТ), мировой рынок труда может лишиться более 300 млн рабочих мест, львиная доля которых приходится на сферу туризма, что приведет в итоге к общему снижению объемных показателей отрасли в пределах 45–70 % [1].

Как отмечают специалисты Банка России, объем финансовых поступлений в туристическую отрасль страны к концу августа 2020 г. отставал примерно на 54 % от уровня докоронавирусного периода [5].

Внутренний туризм в нашей стране сначала из-за пандемии, а теперь и из-за международных санкций находится в тренде. Многие наши граждане перешли с выездного туризма на различные виды внутреннего туризма. Так, по оценкам НИУ «Высшая школа экономики», потенциальное количество туристов, заинтересованных в отдыхе внутри России, составляет свыше 40 млн чел., а потенциал рынка внутреннего туризма после пандемии может составить от одного до полутора трлн руб. [4].

Наша страна со своими уникальными регионами имеет не только огромный спрос на рынке внутреннего туризма, но и предоставленные природой и историей для развития данной отрасли условия – неограниченные рекреационные пространства, различные природные и историко-культурные достопримечательности.

Геополитическая и эпидемиологическая ситуация сдерживает все виды туризма в мире, и это дает шанс отечественной индустрии туризма полнее задействовать потенциал внутренней рекреации и туризма. В нашей стране принята программа по развитию внутреннего туризма. В частности, премьер-министр России распорядился выделить 15 млрд руб. на реализацию программы по компенсации гражданам части расходов на покупку туров по стране и бронированию билетов.

По мнению экспертов, после коронавирусной пандемии туризм может развиваться по следующим четырем сценариям: первый – это «всё вернется на круги своя», второй – «выживут только сильнейшие туроператоры», третий – «смерть массового туризма», четвертый – «тотальная виртуализация туризма» [4].

Первый сценарий («всё вернется на круги своя») означает, что благодаря государственной поддержке выживут все туроператоры и все останутся на плаву. При этом будет высокий уровень конкуренции среди туроператоров. В итоге туристы выиграют, но появятся новые санитарные требования к организации туризма.

Второй сценарий («смерть массового туризма»), – очень трагичный сценарий, по которому большая часть существующих туристских организаций не переживёт этот кризис и массового туризма как такового не останется.

Третий сценарий – («выживут только крупнейшие туроператоры»), при котором коронавирус будет возвращаться волнами, а границы будут то открываться, то закрываться в этой нестабильной ситуации. Разумеется, рынок туристических услуг будет монополизирован, крупные компании будут диктовать здесь свои условия.

Четвертый сценарий предполагает «тотальную виртуализацию». Эксперты считают, что многие организации не переживут кризис, останутся лишь небольшие организации, которые будут рассчитаны на маленькое количество людей, и огромное количество путешествий перейдёт в виртуальную реальность. Т. е. реальные поездки смогут позволить себе только состоятельные люди, а все остальные будут путешествовать виртуально.

Разумеется, первый сценарий, когда при государственной поддержке выживут все компании и всё вернется на круги своя, более привлекателен. Возможно, для этого потенциальным туристам придётся зарегистрироваться в службе, которая отслеживает перемещения, и авиакомпании будут получать предупреждения об их контактах с заболевшими людьми или об их пребывании в местах с высоким риском заражения. Следовательно, туристам в новых условиях необходим своего рода «паспорт иммунитета» [7]. Независимо от того, какой сценарий ждёт туризм в перспективе, эксперты считают, что точно изменится одно – наш запрос на безопасность. Есть также мнение, что, помимо паспортов и виз, которые уже стали традиционными для путешествий, появится новый документ – паспорт иммунитета.

Результаты исследования

Нынешний век для туризма ознаменовался применением различных онлайн-сервисов (для бронирования мест в гостиницах, покупки проездных билетов и организованных операторами туров). В условиях коронавирусных ограничений использование в туристической отрасли цифровых технологий становится весьма актуальным. Уровень использования ИКТ напрямую влияет на конкурентоспособность туристических фирм. Между тем возросшая цифровая культура потребителей рекреационных услуг обуславливает само использование цифровых технологий производителями данных услуг [10].

В наше время появляются новые возможности применения искусственного интеллекта в туристской деятельности. Запросы туристов легче изучить с помощью анализа следа цифрового пользователя и его поведения онлайн. Алгоритм искусственного интеллекта на основе выявленных предпочтений предложит клиенту набор практических элементов будущего путешествия, включая оптимальное время поездки, бронирование конкретного места в отеле и на транспорте. Широкое распространение получают различные голосовые помощники, которые смогут использовать в туристических поездках путешественники. Так, предусматривается оснащение номеров в отелях устройством *Amazon Echo*, через которое клиент сможет делать заказ еды в номер, вызывать такси, управлять кондиционером, освещением и телевизором. В *Google* и нидерландской компании *KLM* голосовой помощник в ответ на фразу «OK Google Let me talk to KLM» подскажет, в какую ехать страну, что взять в дорогу и к чему быть готовым в этой стране.

Цифровые услуги в туристско-рекреационной сфере в последние годы все шире стали оказывать через мобильные приложения. Однако они выполняют лишь одну или максимум несколько функций: заказ авиабилетов, бронирование жилья, аренду автомобилей и др. Сегодня востребованы суперприложения, объединяющие большинство сервисов, востребованных туристами, онлайн, т. е. по типу «одного окна». Такого рода мобильное приложение – «Мегафон.Путешествия» – стартовало в 2019 г.: оно позволяет приобрести билеты на транспорт, бронировать номера в отелях, заказывать экскурсии и трансферы, покупать организованные туры, оформлять страховку. Пользователям *Megafon* начисляется кэшбэк за то, что они воспользовались трэвел-платформой.

Дагестан – один из немногих уголков мира, где природа предоставила необходимые условия для развития всех известных видов туризма. Однако указанное конкурентное преимущество годами не реализуется из-за недостаточно развитой инфраструктуры туристской отрасли. До рыночных реформ республика имела по тем меркам мощную базу индустрии туризма, которая под воздействием новых экономических и социально-политических сил была разрушена до основания. Сейчас туризму республики придется возродиться заново.

Наша республика известна своим гостеприимством, богатством историко-культурных памятников и разнообразием ландшафтов, начиная с морского песчаного побережья и кончая вечными ледниками вершин Большого Кавказа. В годы советской власти большое внимание уделялось туризму и рекреации, с каждым годом рос туристический поток и развивалась инфраструктура отрасли. Кризис, связанный с переходом на рыночные отношения (когда в результате непродуманной приватизации объекты индустрии отдыха и рекреации оказались в частных руках), военные действия в соседней республике и ситуация с экстремизмом в самом Дагестане, по сути, привели к полному развалу всей туристской отрасли. Это относится, в первую очередь, ко въезд-

ному и внутреннему туризму для рекреации. В то же время с началом рыночных реформ широкое развитие получил выездной шопинг-туризм, а также паломничество верующих в святые места.

Шопинг-туризм в условиях катастрофической безработицы в республике для многих стал формой занятости и «первоначального накопления капитала» для собственного бизнеса. Развивающийся шопинг-туризм востребовал соответствующую рыночную инфраструктуру. Предприниматели стали приобретать и строить объекты для своей коммерческой деятельности, что привело к возникновению в городах организованных, а в большинстве случаев и неорганизованных рынков, самовольно построенных предприятий торговли и общественного питания. Сложившаяся в Махачкале, в особенности в Хасавюрте, инфраструктура торговли и сферы услуг (порою уродливая и хаотичная) – это следствие шопинг-туризма, который развивался начиная с 90-х годов. Об этом виде туризма мало пишут, он ведь и так развивается. Правда, органам власти следовало управлять этим процессом, в особенности застройкой городских территорий и размещением объектов инфраструктуры. Возможно, тогда у нас меньше было бы проблем с вывозом мусора, пробками на дорогах, с перебоями водо- и электроснабжения. А ведь именно перечисленные проблемы являются основными препонами развития туризма в регионе.

В таблице 1 приводятся основные показатели, характеризующие развитие туризма в республике с 2017 г. В 2020 г. туристский поток из-за пандемии сократился на 10 тыс. чел. Общее сокращение потока произошло за счет въездного туризма, количество иностранных туристов сократилось более чем в 10 раз. Объем платных туристских услуг в 2020 г. сократился на 20 %, или 628,5 млн руб. При этом услуги санаторно-оздоровительных учреждений выросли на 2,5 %, или на 9,5 млн руб.

Таблица 1. Основные показатели развития туризма в РД

Показатели	Ед. изм.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г. (оцен.)	2021 г. в % к 2017 г.
Общий туристский поток (въездной и выездной)	тыс. чел.	608	685	850	840	823	135,4%
Объем платных туристских услуг	млн руб.	2417,9	2925,7	3133,4	2504,9	1477,8	61,1%
Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	млн руб.	1554,3	2259,5	1913,1	1108,8	1050,1	67,6%
Объем услуг санаторно-оздоровительных учреждений	млн руб.	332	561,6	376,9	386,4	350,5	105,6%

*Составлено автором на основе данных Дагестанстата.

В условиях пандемии во внутреннем туризме наблюдается тенденция сокращения продолжительности туристической поездки. Синдром упущенной выгоды – это «феномен современной культуры, заключающийся в боязни упустить важные вещи и

события, в высоком темпе жизни и перенасыщенности информационного поля» [7]. Он приводит к тому, что люди хотят за короткое время увидеть очень много мест. Рост числа туристов при одновременном сокращении продолжительности тура может не привести к росту объема оказываемых услуг. Этим можно объяснить, что прирост туристского потока в республике в 2021 г. не привел к росту объема оказываемых туристских услуг (рис. 1).

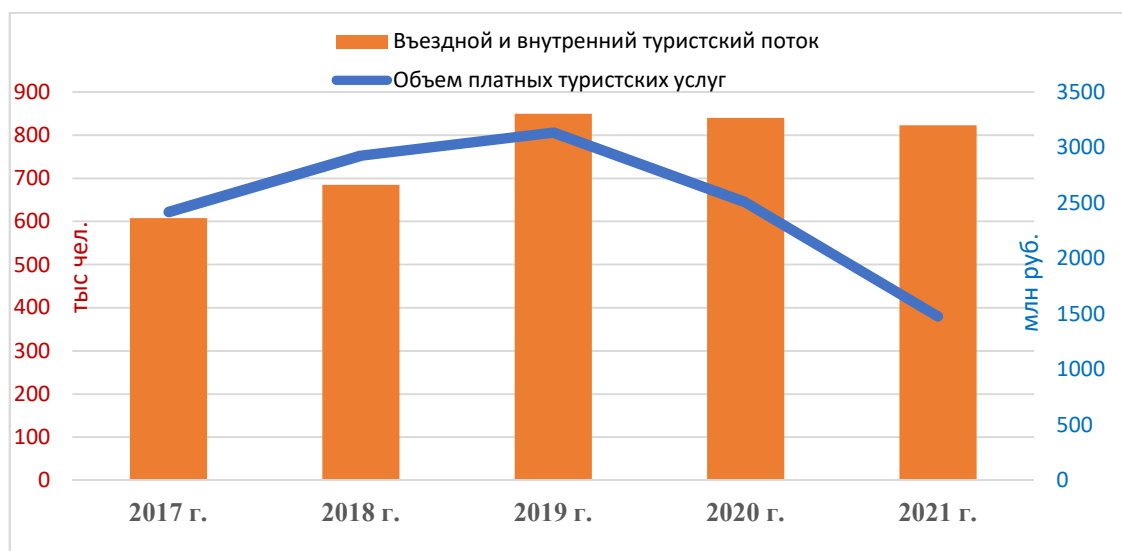


Рис. 1. Динамика развития туристического потока и объема услуг в РД

Среди туристов становятся популярными короткие поездки, как правило, до трёх дней – на выходные или на праздники, в один или несколько городов, с посещением многих достопримечательностей. Однако эксперты предполагают, что в краткосрочной перспективе спрос на короткие путешествия снизится, пандемия заставит людей более взвешенно и осознанно относиться к своим путешествиям и к выбору пункта назначения [7].

По предварительным оценкам туристский поток к концу 2021 года достигнет одного миллиона человек и возрастет на 20 % по сравнению с прошлым периодом. Однако инфраструктура отрасли не поспевает за объемом потока.

Как видно из таблицы 2, за период 2017–2021 гг. произошел заметный рост как туристских предприятий, так и операторов. Но в регионе нет крупных туристских операторов, способных реализовать масштабные туристские проекты.

Таблица 2. Развитие инфраструктуры туристской отрасли РД

Показатели	Ед. изм.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Число занятых в сфере туризма	тыс. чел.	8,9	9,6	10,045	10,003	10,178
Количество туристских предприятий	Ед.	48	44	48	53	56
Количество коллективных средств размещения	Ед./к/м	246/19398	242/20770	255/21299	252/17876	329/21100
Гостиницы	Ед.	131	125	131	130	192

Турбазы	Ед.	52	52	52	51	55
Санатории	Ед.	25	25	25	17	17
Гостевые дома	Ед.	38	40	47	54	65
Номерной фонд в КСР (коллективные средства размещения)	Ед.	6814	7339	7463	6136	7474

*Составлено автором на основе данных Дагестанстата

Количество койко-мест в коллективных средствах размещения за анализируемый период увеличилось на 8,8 %, а общий номерной фонд в них вырос на 9,6 %.

Число занятых в сфере туризма в последние три года остается на одном уровне: это примерно 10 тыс. чел., что составляет лишь 1 % от общего числа занятых в республике. Общая же численность безработных в республике 200 тыс. чел. (по методологии Международной организации труда), что говорит о социальной значимости развития сферы туризма в республике для снижения уровня безработицы.

Развитие туристско-рекреационного потенциала в регионах способствует не только созданию рабочих мест в самой отрасли, но имеет ещё мультипликативный эффект – создаются условия для эффективного функционирования смежных с туризмом отраслей [6]. Республика в прошлом знаменита своими народно-художественными промыслами, а развитие индустрии туризма дополнительно стимулирует их развитие. В 2019 г. было реализовано продукции народных художественных промыслов на 1173 млн руб., что составляет 37,4 % к объему туристских услуг. В 2020 г. объем этой продукции сократился на 46,8 %, и данная тенденция продолжилась в 2021 г.

Из-за карантинных мер значительная часть сотрудников в мире перешла на формат удалённой работы. По данным опроса кадровых компаний, если до пандемии в России на удаленную работу было переведено только 6 % сотрудников, то уже в марте 2020 г. эта цифра составила 43 %. Пандемия продемонстрировала эффективность удалённой работы и после отмены ограничений. Возможность работать из любой точки мира позволяет принципиальным образом пересмотреть традиционный порядок рабочих дней и отпусков, получать новые впечатления, менять обстановку, знакомиться с новыми культурами и традициями.

Это начало смены парадигмы отрасли с географической привязанностью. Теперь не надо менять работу для того, чтобы посмотреть мир, пожить в разных городах или странах. Люди просто будут переезжать из города в город, из страны в страну на короткий срок и снимать там жильё. Это новый опыт совмещения работы и туризма, свободно сочетающих труд и отдых. Такие путешественники называются цифровыми кочевниками, и если раньше это были ИТ-специалисты, то до 2035 г. в мире будет насчитываться 1 млрд цифровых кочевников, а это 11 % от общей численности населения.

Развивая туризм в регионе, следует в местах отдыха создавать условия для удаленной работы – провести высокоскоростной интернет, предоставить в местах отдыха доступ к нему, а также условия для отдыха вместе с семьей и т. д.

В индустрии туризма под влиянием пандемии наблюдается рост спроса на отдых без спешки, увеличилась длительность путешествия, перемещения пешком или на велосипеде, или на наземном транспорте ради знакомства с местной культурой. Опрос компании *Booking.com* демонстрирует, что почти две трети путешественников планируют более длительные путешествия. Туристы превращаются в путешественников; они готовы добираться до места отдыха дольше по разным причинам: 48 % хотят снизить

влияние транспорта на окружающую среду, 61 % хотят насладиться видом на природу, а 51 % хотят передвигаться на необычных видах транспорта [3].



*Составлено автором на основе данных Дагестанстата

Рис. 2. Динамика койко-мест в коллективных средствах размещения в РД

Освоение новых объектов инфраструктуры туризма и отдыха в РД является важнейшей задачей [9]. Следует признать, что наряду с появлением каждый год новых объектов туристской инфраструктуры (рис. 2) в этом плане остаются проблемы системного характера.

Практические предложения. Должны быть созданы дополнительные условия, чтобы принимать туристов, чтобы рост внутреннего туризма сохранился. В среднесрочной перспективе необходимо повышать уровень сервиса. Сейчас у туристов есть чёткий запрос на глэмпинг. Люди хотят поддерживать тот уровень комфорта, к которому они привыкли, сохранить прелести путешествия на природе, но при этом ночевать и питаться с комфортом, обойтись без необходимости ночёвок в палатках. Особую привлекательность в перспективе получают кросс-маршруты, которые позволят за одну поездку увидеть несколько регионов. Это укрепит и межнациональный мир, что очень важно для нашего многонационального края. Поэтому следует создавать туристско-рекреационные комплексы посредством их территориального планирования и формирования туристской направленности муниципальных образований, включая дорожную карту реинжиниринга туристской инфраструктуры.

В регионах сегодня крайне востребована государственная поддержка предпринимательства в туристско-рекреационной сфере через механизм грантов и налоговых льгот. В связи с этим надо усилить грантовую поддержку мелких предпринимателей в туризме и предоставить им налоговые каникулы минимум на пять лет.

На основе цифровых технологий следует формировать и расширять ассортимент туристско-рекреационных услуг. Сегодня турагентствами предлагаются различные туры: этнокультурный, экологический, экстремальный, гастрономический, сельский, пляжный, событийный и др. Следует создавать и предлагать комбинированные туристические продукты, где по желанию клиентов включается несколько видов туристских услуг.

В республике много гостевых домов и жителей, готовых принять и обслужить гостей у себя дома; много красивых мест для экскурсий; есть граждане, которые готовы оказать услуги по перевозке и сопровождению путешественников. Однако спрос на эти услуги не сопровождается организованным предложением этих услуг. Количество желающих организовать самостоятельный тур по республике в новых условиях в дальнейшем будет расти. Этот сегмент туристического рынка пока что является вовсе неосвоенным, и тут нужна методическая помощь со стороны региональных властей. Необходимо обучать и сертифицировать гидов, создавать инфраструктуру туризма. Многие проблемы будут быстрее решены при использовании цифровых технологий, которым сегодня под силу объединить мелких производителей туристских услуг в мощную индустрию.

Различные туристические сайты предлагают разнообразные организованные туроператорами поездки по республике. Однако об этом нет информации на официальном сайте Минтуризма РД. Если же открыть сайт аналогичного ведомства наших соседей в Чеченской Республике, обнаружим полный ассортимент предлагаемых различными агентствами туров. Резервы развития внутреннего туризма на основе использования цифровых технологий еще не задействованы в полную силу.

Ездить и отдыхать по стране можно организованно с группой или самостоятельно, хотя ездить куда-то самостоятельно мало кто решится. Для этого нужно знать, где останавливаться на ночлег, как и на каком виде транспорта добираться до места назначения, кого можно попросить о сопровождении в поездке и т. д. Эта неизвестность и соответствующие риски сводят к минимуму возможность совершения самостоятельной туристической поездки.

Мы предлагаем создать уникальное мобильное приложение, позволяющее любому желающему организовать самостоятельный тур по региону. Данное мобильное приложение должно объединять всех продавцов услуг путешественникам (владельцев гостевых домов, съемного жилья, отелей и апартаментов; перевозчиков; гидов; хозяев ресторанов и кафе; мест отдыха и т. д.). Каждый продавец услуг подключается к приложению, в онлайн-режиме становясь в очередь на оказание услуг.

Путешественник с помощью мобильного приложения в рамках своего бюджета и календарного расписания определяет свой маршрут, жильё, перевозчика и тип транспорта, гида и различные мероприятия культурно-развлекательного характера из имеющегося перечня.

К примеру, клиент с женой и двумя детьми из какого-либо российского города собирается организовать самостоятельный тур с посещением Махачкалы и Дербента, а также Гунибского плато, Сулакского каньона и Самурского леса с 10-го по 17-е июня в пределах определенной суммы. Приложение запрашивает желаемый маршрут посещения указанных мест и конкретных дат, или же с учетом пользовательского опыта и имеющихся возможностей приложение предлагает свой оптимальный маршрут. Если же клиент решил по-своему строить тур, приложение предлагает свободное на тот период жильё для клиентов в посещаемых населенных пунктах с указанием цен.

В мобильном приложении любой желающий сдать места в отелях, гостевых домах или другое жильё регистрируется, заполняя необходимые формы с указанием всех характеристик объекта и своих данных с прикреплением соответствующих фото и видеоматериалов. Аналогично поступают и остальные участники, которые предлагают свои услуги путешественникам (перевозчики; фирмы, сдающие машины в аренду; гиды; экскурсоводы; владельцы кафе и ресторанов; владельцы тематических мастер-классов и др.).

На следующем этапе клиенту следует определиться с трансфером (время в пути, тип машины, водитель) и его ценой. Возможно, клиент захочет брать машину в аренду, что также должно быть предусмотрено в приложении.

Следующий этап определяется содержанием тура: чем захочет заняться клиент во время путешествия? Например, клиенты хотят купаться в море, знакомиться с историческими памятниками, любоваться красотами природы и пробовать местные блюда. Приложение предложит помощь гида или же по каждому объекту даст развернутую информацию с помощью аудиогuida. Если же клиент выбирает опцию «гид», система предложит в каждом случае список свободных на тот момент гидов и их тарифы на обслуживание.

В итоге система окончательно сформирует тур с указанием определенной стоимости и калькуляции по всем элементам обслуживания. Клиент при желании сможет оптимизировать бюджет, меняя опции тех или иных услуг. В случае согласия принять все условия, клиент оплачивает аванс и готовится к поездке. Система должна располагать резервами ресурсов на случай форс-мажорных обстоятельств. Обязательным элементом тура является и страховка. Должна быть предусмотрена ответственность как продавцов, так и потребителей услуг.

Еще один важный момент: каждая услуга после оказания должна быть оценена клиентом, и в итоге формируется рейтинг услуги, что будет влиять на её выбор другими клиентами в последующем.

Основные выводы

В республике в неполной мере используется туристско-рекреационный потенциал. Развитие инфраструктуры не поспевает за развитием туристского потока. Инфраструктура индустрии туризма (транспортные сети, связь, энергетика, коммунальное хозяйство, финансы, страхование и безопасность) не может быть создана силами самих предпринимателей. Здесь требуется прямое участие государства.

Необходима комплексная государственная поддержка отрасли туризма и рекреации, включая целевую финансовую поддержку, налоговые льготы и каникулы, а также организационно-методическую помощь предпринимателям туристской сферы.

Следует полнее использовать возможности цифровизации для развития туристской отрасли. Отраслевому министерству республики следует изучить опыт использования цифровых технологий в других курортно-туристических регионах страны и мира, обеспечивая полноценную информационную поддержку туроператоров и туристов. Мелких продавцов туристских услуг можно объединить в мощную индустрию на основе цифровой платформы или же мобильного приложения.

Литература

1. COVID-19 и сектор туризма. – Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/covid-19-i-sektor-turizma/> (дата обращения: 20.10.2021).
2. Forecasted change in revenue from the travel and tourism industry due to the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide from 2019 to 2020. – URL: <https://www.statista.com/forecasts/1103426/covid-19-revenue-travel-tourism-industry-forecast> (дата обращения: 21.12.2021).
3. Sustainable Travel Report 2021. – URL: <https://news.booking.com/> (дата обращения: 26.12.2021).

4. Внутренний туризм. Последствия пандемии для туристической отрасли. НИУ «Высшая школа экономики». – Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/433402486.pdf> (дата обращения: 23.12.2021).
5. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики № 68, декабрь 2020. – Режим доступа: <https://www.ac.gov.ru/publications/> (дата обращения: 20.12.2021).
6. Ибрагимова З.Ф., Хамадеева З.А. Проблемы развития туризма в России // Доклады Башкирского университета. 2020. Т. 5, № 2. – С. 96–100.
7. Как изменится туризм под влиянием пандемии? – Режим доступа: <https://online.innoagency.ru/page12779693.html> (дата обращения: 26.12.2021).
8. Павлюк В.П. Влияние пандемии COVID-19 на международный туризм // Ломоносов-2021. Сборник материалов XIX Международной научной конференции. ева-стополь, 2021. – С. 101–103.
9. Пржедецкая Н.В., Сагидуллаева М.С. Оценка маркетингового потенциала туристско-рекреационного комплекса России // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2018. № 1 (98). – С. 124–129.
10. Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19, № 1. – С. 59–64.

Поступила в редакцию 29 декабря 2021 г.

UDC 338:48

DOI: 10.21779/2500-1930-2022-37-1-20–29

The Use of Digital Technologies in the Context of Tourist-recreational Development in Dagestan

A.M. Magomedov

¹*Dagestan State University of National Economy; Russia, 367008, Republic of Dagestan, Makhachkala, J. Ataev st., 5.*

²*Dagestan State University; Russia, 367000, Makhachkala, M. Gadzhiev st., 43a; ali1955@mail.ru*

The article discusses the problems of the development of the tourism and recreation industry, taking into account the experience of antivirus restrictions. Digitalization is considered as one of the important drivers of the development of the travel industry. Some significant trends in the development of the travel industry of the Republic of Dagestan are investigated. The socio-economic importance of this direction is emphasized, especially for reducing the unemployment rate and improving the quality of life of the population in the region. The necessity of advanced development of the industry infrastructure is substantiated. The ways of effective use of the existing potential to increase the volume of services provided are proposed. A conceptual model to develop a mobile application for organizing independent tours in the region is proposed.

Keywords: *digitalization, infrastructure, tourism, recreation, recreation, mobile application.*

Received 29 December 2021