

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ
ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»

На правах рукописи

ЛЕВЧЕНКО КОНСТАНТИН КОНСТАНТИНОВИЧ

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ
РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
ТРАНСФОРМАЦИЙ**

Специальность 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика
сферы услуг)

Диссертация
на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант:
доктор экономических наук, профессор
Мосейкин Ю.Н.

Москва – 2024

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В НОВЫХ РЕАЛИЯХ.....	21
1.1 Современный туризм в условиях новых реалий: сущность, тенденции и предпосылки развития	21
1.2 Системный подход к процессам развития внутреннего туризма.....	31
1.3 Анализ современного состояния внутреннего туризма на основе оценки туристских потоков и формирования Тепловой карты.....	43
ГЛАВА 2 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	58
2.1 Содержание и особенности технологических трансформаций в туризме	58
2.2 Предпосылки внедрения цифровых трансформаций в систему внутреннего туризма.....	69
2.3 Методические положения по формированию системы мониторинга и диагностики овертуризма в условиях технологических трансформаций	82
2.4 Сценарное прогнозирование влияния овертуризма на устойчивость туристской территории.....	97
ГЛАВА 3. КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ..	114
3.1 Методологические аспекты разработки концепции формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма	114
3.2 Целевой иерархический подход к формированию организационно- экономических механизмов развития внутреннего туризма.....	127
3.3 Интегрированные территориальные структуры как важнейший инструмент реализации экономико-организационных механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций	144
3.4 Пространственная модель оценки результативности развития сферы туризма региона.....	170
ГЛАВА 4 ДИАГНОСТИКА ГОТОВНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА К ЦИФРОВЫМ ТРАНСФОРМАЦИЯМ	183
4.1 Оценка готовности субъектов внутреннего туризма к цифровой трансформации на основе DATA-анализа.....	183

4.2 Методика оценки цифровой активности туристских организаций	202
4.3 Прогнозирование спроса на туристский продукт на основе импульсного моделирования (на примере Краснодарского края, г. Санкт-Петербург, Республика Карелия).....	218
ГЛАВА 5 ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ	233
5.1 Структурно-функциональная модель региональной цифровой платформы	233
5.2 Разработка цифровой экосистемы адаптивного управления в сфере туризма	244
5.3 Оценка эффективности экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма	257
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	278
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	307
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	308
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	309
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	310
ПРИЛОЖЕНИЕ 5	311
ПРИЛОЖЕНИЕ 6	313
ПРИЛОЖЕНИЕ 7	315
ПРИЛОЖЕНИЕ 8	317
ПРИЛОЖЕНИЕ 9	319
ПРИЛОЖЕНИЕ 10	320
ПРИЛОЖЕНИЕ 11	Ошибка! Закладка не определена.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современных условиях туристская сфера является одной из системообразующих сфер экономики, и совместно с сопряженными с ней секторами эффективно объединяет многие виды деятельности. Согласно данным ЮНВТО, туризм формирует национальные конкурентные преимущества и составляет почти 11% мирового ВВП, а для ряда стран доходы от туристской отрасли составляют основу в бюджете страны.¹ В соответствии со Стратегией развития туризма в РФ до 2035 года, направленной на совершенствование управления развитием внутреннего и въездного туризма, запланированы рост объемов сферы туризма более чем в 5 раз (с 3158 млрд. рублей до 16306 млрд. рублей), а также реализация цифровых технологий в целях ее устойчивого развития.²

Тем не менее, в настоящее время сфера национального внутреннего туризма столкнулась с рядом глобальных вызовов, вызванных в первую очередь технологическими трансформациями, отличающимися наличием противоречий, как по структуре, так и в направлении механизмов управления, а также ужесточением антироссийских санкций, ставящих под угрозу устойчивого развития туристской сферы. Однако, кризисные процессы послужили своеобразным драйвером к дальнейшему развитию внутреннего туризма на качественно новой основе. Федеральным проектом по совершенствованию управления в сфере туризма предусмотрен комплекс задач, направленных на возрастание значимости технологических трансформаций в качестве важнейшего инструментария развития туристского пространства, особенно при переходе в цифровой формат.

В посланиях Федеральному собранию Российской Федерации также отмечена особая значимость и необходимость внедрения новейших

¹ Росстат (2022). Российский статистический ежегодник. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegovodnik_2022.pdf (дата обращения 14.08.2023).

² Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному дню туризма – 2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/comments>.

технологических процессов, основанных на использовании отечественных цифровых платформ, позволяющих повысить эффективность управления сферой туризма, а также совершенствования бизнес-процессов в ее основных сегментах. Технологические трансформации позволяют обеспечивать рост эффективности внутреннего туризма, в частности, повышать точность процессов планирования и прогнозирования процессов развития внутреннего туризма, с высокой скоростью вести обработку аналитических баз данных с помощью цифровых технологий. Технологические трансформации по существу меняют сами бизнес – модели процессов создания, продвижения и реализации туристского продукта, поскольку происходят прорывные изменения, приводящие к качественным трансформациям в оказании туристских услуг, внедрению новых форм взаимодействия.

В данных условиях формирование эффективных и конкурентных механизмов развития внутреннего туристского рынка приобретает первостепенное значение.

Реализация процесса перехода к развитию внутреннего туризма в цифровую среду напрямую связана с трансформацией базовых принципов, задач и самих подходов к его дальнейшему развитию.

Механизмы развития внутреннего туризма, как и прочие механизмы, должны обладать собственной теоретико–методологической базой, позволяющей исследовать современные тенденции и факторы развития сферы туризма в условиях технологических трансформаций, а также разработать способы оптимизации и модернизации хозяйственной деятельности субъектов туристской деятельности. В большинстве современных исследований методологических аспектов развития сферы туризма акцент делался в основном на технологиях основных бизнес-процессов по ведущим секторам сферы туризма, а проблемы, связанные с развитием туристской деятельности в цифровом формате исследовались довольно фрагментарно. Зачастую в стороне остаются вопросы, связанные с методологией оценки туристских потоков с выходом на определение

чрезмерной нагрузки на туристскую территорию, проблемы диагностики готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям, выявления и оценки управленческих эффектов использования экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма и ряд других важнейших вопросов, позволяющих повысить эффективность туристской деятельности в условиях активных трансформаций глобальных процессов социально-экономического развития.

Данные тенденции позволяют утверждать о том, что назрела необходимость расширения и уточнения методологических аспектов теории развития внутреннего туризма в контексте учета технологических трансформаций и ускорения перехода к новым реалиям. В данном контексте особую значимость приобретает необходимость актуализации теоретических и методологических положений, практических разработок, направленных на формирование механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций, которые в настоящее время в научном сообществе представлены фрагментарно или недостаточно полно.

Степень научной разработанности проблемы. Исследование проблем развития внутреннего туризма в Российской Федерации показало, что они являются достаточно популярными в современной научной литературе. Однако, теория и методология развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций в силу своей многофункциональности и многоаспектности не получила широкого подтверждения в качестве самостоятельного направления научного исследования. Общетеоретические проблемы исследования процессов развития в сфере туризма нашли отражение в работах как российских, так и зарубежных ученых. Значительный вклад в разработку проблем, направленных на изучение особенностей туристской деятельности, внесли такие ученые как М.Б. Биржаков, В.С. Боголюбов, Н.А. Восколович, В.Г. Гуляев, Е.А. Джанджугазова, А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, В.И. Кружалин, М.А.Морозов, А.Д. Чудновский и ряд других специалистов в сфере туризма.

Вопросы управления сферой туризма рассмотрены в трудах известных зарубежных авторов: Р. Батлера, Л. Бутовски, И. Дерека, Р. Дэвидсона, Н. Лейпера, Дж. Уокера и др. Значительное место в исследованиях у них посвящено проблемам устойчивого развития. Механизмы и инструменты государственного регулирования и планирования туристской сферы достаточно детально представлены в научных разработках Л.Е. Басовского, Г.А. Карповой, Ю. В. Степаненко, М.Ю. Шерешевой, Е.В Шкарупеты и др. исследователями.

Изучению эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода посвящены труды Порошиной О.В., Рубцовой Н.В. Отдельные вопросы социальной эффективности и ее оценки рассмотрены в работах Д.С. Хазовой, Цехлы С. Ю., Е.И. Юванен и ряда других ученых, занимающихся исследованием туристской деятельности. В научных разработках данных авторов достаточно обоснованно представлена оценка эффективности деятельности на основе моделирования основных бизнес-процессов такого сектора туризма как гостиничная индустрия, что позволяет дополнить и развить методологические основы относительно концептуально - теоретических положений, связанных с формированием механизмов развития внутреннего туризма, оценить возможности совершенствования его подсистем с учетом новых реалий.

Вопросы исследования основных трендов развития цифровой экономики и цифровых технологий рассмотрены в трудах Ю.М. Акаткина, С.Д. Бычкова, Ю.И. Грибанова, В.В. Иванова, Л.Д. Капрановой, Г.Б. Клейнера, и многих других авторов.

Таким образом, базовые теоретико-методологические положения развития сферы туризма весьма всесторонне рассмотрены и отражены в работах российских и зарубежных специалистов. Однако остаются еще недостаточно проработанными вопросы методологии использования технологических трансформаций в экономико-организационных аспектах развития внутреннего туризма. Требуется разработка целого ряда вопросов,

связанных с концепцией применения региональных цифровых платформ и экосистем адаптивного управления в сфере туризма. Кроме того, не разработана методология оценки цифровой активности туристских организаций -активных участников туристского рынка, не сформированы механизмы проведения диагностики готовности субъектов туризма к цифровым трансформациям. Требуется научное обоснование методологии определения, оценки и прогнозирования эффектов цифровизации, отражающие результативность механизмов развития регионального туризма.

Комплекс рассмотренных проблем подтверждают актуальность тематики исследования в диссертационной работе, определяя соответственно цель и задачи.

Цель диссертационного исследования состоит в разработке и научном обосновании теоретико - методологических положений, связанных с формированием организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в РФ в условиях технологических трансформаций.

Поставленная цель потребовала решения ряда **задач**, которые соответствуют структуре и логике исследования:

- исследовать современное состояние внутреннего туризма, на основе оценки туристских потоков сформировать Тепловую карту, позволяющую провести интервальную типологизацию субъектов РФ с целью диагностики чрезмерной нагрузки на туристские территории и их инфраструктуру;

- выявить и методологически обосновать объективную необходимость внедрения трансформаций в процессы развития внутреннего туризма в новых реалиях; сформулировать авторский подход к процессу формирования технологических трансформаций системы внутреннего туризма, выявить его основные этапы;

- сформировать модельное представление системы мониторинга туристских потоков в качестве важнейшего инструмента принятия управленческих решений, направленных на нивелирование негативных

факторов в развитии сферы туризма, разработать алгоритм расчета интегрального показателя овертуризма;

- раскрыть методологические аспекты разработки концепции формирования организационно-экономических механизмов развития туризма в условиях технологических трансформаций, основанной на целевом иерархическом подходе;

- разработать и верифицировать методические подходы по формированию интегрированных территориальных структур в качестве перспективных механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций:

- составить пространственную модель результативности развития сферы туризма региона, отражающую возможные состояния развития на основе индикаторов по трем блокам показателей: экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности, позволяющих оценить вклад смешанных видов туристского продукта в развитие туристских территорий;

- обосновать методологию применения ДАТА-анализа в диагностике готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям;

- разработать и апробировать методические рекомендации по оценке цифровой активности туристских организаций исходя из ключевых индикаторов: цифровой потенциал, цифровая устойчивость и интенсивность цифровизации основных бизнес-процессов с выходом на результирующие эффекты;

- сформировать практико-ориентированную модельную версию применения региональной цифровой платформы и цифровой экосистемы адаптивного управления в сфере туризма, дающих возможность эффективной адаптации механизмов развития внутреннего туризма к технологическим трансформациям, оценить эффективность экосистемного подхода на базе системы показателей по наиболее значимым группам и степени их влияния на конечные результаты туристской деятельности.

Объект исследования – сфера внутреннего туризма в единстве взаимосвязей всех уровней управления, позволяющих осуществлять интегрированное взаимодействие его субъектов в условиях технологических трансформаций.

Предметом исследования является совокупность экономических, организационных и управленческих отношений, возникающих в процессе формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в РФ.

Теоретическую и методологическую основы исследования составили методологические и методические разработки и научные воззрения отечественных и зарубежных исследователей в сфере экономической теории, теории цифровой экономики, концепции экономики туризма и развития организаций туристского бизнеса в условиях активных трансформаций глобальных процессов.

Методология и методы исследования. Методологической базой проведенного исследования явились системные принципы и положения диалектического подхода, методология анализа и синтеза, методы экономико-математического моделирования с построением прогнозных сценариев на основе теории графов, трендовых моделей и тепловых карт, методы структурной и функциональной декомпозиции объектов управления, статистический, сравнительный и расчетно-аналитический анализ. В работе использованы результаты научной и практической деятельности автора, характеризующие особенности развития и совершенствования управления субъектов туристской деятельности, которые позволили подтвердить обоснованность и достоверность полученных выводов и методических рекомендаций.

Инструментально-методический аппарат проведенного исследования основан на базовых принципах научного познания в области социально-экономического развития, программных мероприятиях и концептуальных положениях в сфере развития и управления туризмом на

федеральном, региональном и муниципальном уровнях, платформенном и экосистемном подходах к развитию внутреннего туризма в новых реалиях.

Информационная база исследования представлена законодательными и нормативно-правовыми документами, регламентирующими деятельность субъектов туристского бизнеса, Федеральными национальными туристскими проектами и региональными программами, статистическими базами данных Росстата РФ, территориального органа Росстата по Краснодарскому краю, статистическими сборниками НИУ «Высшей школы экономики» в среднем по РФ и по ее субъектам, материалами отечественных и международных научно-практических конференций, отражающих современные тренды развития туризма, а также выводами и результатами, полученными автором диссертационной работы.

Обоснованность результатов исследования базируется на реализации теоретических, методических и методологических механизмов и инструментов по проблематике проведенного исследования, использованием системы общенаучных и специальных методов, обработкой и соответствующей интерпретацией массива аналитических и статистических данных, согласованностью научных положений и разработок автора с ключевыми принципами теории и практики развития сферы туризма, логической аргументацией авторских разработок в рамках современных научных школ, а также корректностью полученных выводов, позволяющих раскрыть основные технологические трансформации в системе развития внутреннего туризма.

Достоверность результатов исследования, представленных в диссертационной работе, подтверждается использованием методики сбора, формализации и оценки исходных массивов данных, логикой применения экономико-математических методов моделирования и прогнозирования при достаточно высокой степени репрезентативности и аргументации основных

положений и результатов работы, а также успешной апробацией научных результатов.

Соответствие темы диссертационного исследования Паспорту специальности ВАК. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с п. 4.3. Закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг; п. 4.15. Туризм и рекреация; п. 4.20. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг Паспорта специальности 5.2.3. - Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Научная новизна диссертационного исследования состоит в формировании теоретических, методологических и концептуальных положений, определяющих организационно-экономические механизмы развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций с целью непосредственного воздействия на активизацию деятельности туристской сферы и высокого качества обслуживания.

Отличие данных положений от известных заключается в учёте специфических особенностей туристской деятельности применительно к механизмам комплексного развития в условиях современных глобальных вызовов, диктуемых цифровыми технологиями.

Полученные автором научные результаты дополняют и расширяют инструментарий развития внутреннего туризма РФ в условиях технологических трансформаций, что позволяет повысить эффективность основных процессов в туристском бизнесе.

Положения, выносимые на защиту, послужившие основой научной новизны, полученные лично соискателем:

1. Сформулированы новые положения теории развития туризма в отношении оценки динамики туристских потоков, являющихся вектором формирования стратегических инициатив в реализации эффективного развития сферы туризма в субъектах РФ. На основе интервальной типологизации субъектов РФ сформирована Тепловая карта туристских

потоков, позволяющая выявить чрезмерную нагрузку на туристскую территорию.

2. На основе обобщения содержания и особенностей технологических трансформаций в туризме, проявляющихся в качестве возможных способов перехода прорывных технологий в эффективный ресурс устойчивого развития сферы туризма, выявлена и методологически обоснована объективная необходимость внедрения цифровых технологий в развитие внутреннего туризма. Предложен авторский подход к формированию технологической трансформации системы внутреннего туризма, представляющий собой интеграцию основных этапов перевода процессов формирования и реализации туристского предложения в цифровое пространство экосистемы, позволяющих минимизировать затраты времени и повысить качество туристского обслуживания.

3. Обоснован научно-методический подход к формированию системы мониторинга туристских потоков, в основе которой в качестве ключевых элементов заложены информационно-аналитическая база данных и адаптационно-функциональная модель, реализация которой позволяет принимать решения в отношении корректировки программ развития регионального туризма исходя из актуальных трансформационных процессов; разработан алгоритм диагностики овертуризма, апробированный на примере региона, где чрезмерная нагрузка на территорию является наиболее выраженной.

4. Разработана концепция формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций на основе целевого иерархического подхода, позволяющего формулировать укрупнённые цели по уровням развития с последующей их декомпозицией путём использования инструмента «дерево целей», что позволяет скоординировать деятельность министерств и ведомств на всех уровнях государственной власти, курирующих процесс развития туризма. Авторский подход к формированию

организационно-экономических механизмов развития туризма отличается наличием функциональных блоков, характеризующих декомпозицию процесса генерации, информирования и реализации туристского продукта потребителю в условиях цифровизации.

5. Разработан и верифицирован методический подход к формированию интегрированных территориальных структур в качестве перспективных форм развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций исходя из функциональных признаков, социально-экономического потенциала, модели управления с учетом получаемого интеграционного эффекта, что позволяет осуществить переход от простой совокупности туристских территорий к пространственно - локализованной системе, в рамках которой возможна эффективная трансформация процессов управления.

6. На основе пространственного моделирования с помощью элементов теории графов предложена модель оценки результативности развития сферы регионального туризма, отражающая возможные сценарии социально-экономического развития туристских территорий. Обосновано, что эффективность развития внутреннего туризма региона тесным образом взаимосвязана с результативностью функционирования его основных видов, оценить который можно по трем блокам показателей: экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности.

7. Сформирован и апробирован оценочно-интервальный метод применения DATA-анализа в диагностике готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям, позволяющий оценить готовность субъектов внутреннего туризма к модернизации бизнес-процессов управления в условиях перехода к цифровой экономике. Построен DATA-профиль цифровизации субъектов внутреннего туризма, дающий возможность непосредственно выявить уровень готовности региона к цифровым трансформациям (высокий, недостаточный, слабый), что

позволяет формировать эффективные механизмы развития внутреннего туризма.

8. В результате анализа предпосылок применения технологических трансформаций в управлении туристским бизнесом раскрыта прямая взаимосвязь технологических и цифровых трансформаций, построенная по структурно- функциональному признаку, что позволяет сформировать методику оценки цифровой активности по ключевым индикаторам: цифровой потенциал, цифровая устойчивость и интенсивность цифровизации основных бизнес-процессов с выходом на результирующие эффекты. Сформирован оргграф оценки вклада видов туристского продукта в развитие туристской территории и осуществлено прогнозирование сценариев развития в региональном аспекте, что позволяет выявить возможные направления совершенствования процессов развития внутреннего туризма.

9. Сформирована и апробирована практико-ориентированная модельная версия использования региональной цифровой платформы и экосистемы адаптивного управления развитием внутреннего туризма, позволяющие объединить в наиболее прямую и короткую цепочку информационного взаимодействия всех заинтересованных участников, накапливать аналитические регистры, а также сопоставлять полученные данные со сценарными условиями в оперативном режиме, то есть эффективно адаптировать систему управления развитием внутреннего туризма к цифровым технологиям. Разработана и практически апробирована методика оценки эффективности экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма.

Теоретическая значимость диссертационного исследования основывается на дальнейшем развитии и совершенствовании научных подходов к формированию организационно-экономических механизмов к развитию внутреннего туризма, приращении ряда теоретических положений и методологических аспектов в сфере технологических трансформаций, применяемых в дальнейшем развитии туристской деятельностью, разработке

методологических основ и базовых принципов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций на основе целевого иерархического подхода, а также развития механизмов и инструментария оценки эффективности цифровых технологий в условиях экосистемного подхода.

Практическая значимость результатов исследования определяется возможностью применения полученных результатов и рекомендаций по формированию теоретических и методологических положений развития внутреннего туризма, направленных на внедрение технологических трансформаций, с целью повышения экономической и социальной эффективности. Предложенная автором структурная модель мониторинга туристских потоков позволяет формализовать инструменты и механизмы контроля чрезмерной нагрузки в субъектах РФ, осуществлять оценку влияния туристских потоков на устойчивость туристской территории. Сформированный прогноз результативности развития сферы регионального туризма с помощью орграфа возможных состояний развития по наиболее значимым показателям экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности позволяет формировать корректирующие воздействия программ развития внутреннего туризма на региональном уровне. Разработанный научно-методический подход к формированию структурно-функциональной модели региональной цифровой платформы и цифровой экосистемы адаптивного управления в сфере туризма направлен на непосредственную реализацию и диффузию цифровых технологий в развитие внутреннего туризма. Применение полученных в исследовании методических рекомендаций и результатов обосновывают научно-прикладные преимущества технологических трансформаций в качестве ключевых механизмов повышения эффективности развития внутреннего туризма.

Апробация результатов исследования. Основные теоретические, методические и методологические положения, полученные результаты и

выводы диссертационного исследования, были апробированы в рамках международных, национальных и региональных научно-практических конференций, форумов, докладов и сообщений, в частности: Международной научно-практической конференции: «Современные тенденции развития науки и технологий» (Белгород, 2016 г.), XI Международной научно-практической конференции «Экономика и современный менеджмент» (Москва, 2017 г.), II Международной научной конференции «Scientific Discoveries» (Чехия, Карловы Вары– Россия, Москва 2017г.); 11-й Международной научно-практической конференции «Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика» (Курск, 2021г.), XXXXII Всероссийской научно-практической конференции «Современные научные взгляды в эпоху глобальных трансформаций: проблемы, новые векторы развития» (Ростов на Дону, 2021г.), XVI Международной научно-практической конференции «Парадигмальные установки естественно-научных и гуманитарных наук: междисциплинарный аспект» (Ростов на Дону, 2021г.), Международной научно-практической конференции «Образование и наука в современных реалиях» (Чебоксары, ЦНС «Интерактив плюс», 2022 г.), Международной научно-практической конференции «Туризм и гостеприимство: новые концепции, возможности и инструменты развития» (Белгород, 2022 г.), Национальной научно-практической конференции специалистов, учёных, аспирантов и студентов с международным участием «Современный менеджмент и экономика: проблемы и перспективы развития» (Санкт-Петербург, 2022 г.), 7-й Международной научно-практической конференции «Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты» (Курск, 2022 г.), Международной научно-практической конференции «Экономическое развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего» (Краснодар, 2022 г.), VI-й международной (заочной) научно-практической конференции: «современное состояние развития технических наук и экономики: теория и проблемы» (Семей,

Республика Казахстан, 2022г.), Международной научно-практической конференции «Туризм и национальные проекты Российской Федерации» (Сочи, 2022г.), Международной научной конференции «Анализ проблем и поиск перспективных научных решений» (Санкт-Петербург, 2023г.), Международной научно-практической конференции «Технологические инновации и научные открытия» (Уфа, 2023 г.) и ряде других.

Публикации результатов исследований.

Основные положения и научные результаты диссертационного исследования отражены в 57 научных работах общим объемом 51,32 п.л. (в том числе авторских 31,15 п.л.), 2 авторских монографии и 2 коллективных монографии общим объемом 29,72 п.л. (авторских –11,35.л.), 19 статьях в научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства науки и высшего образования Российской Федерации –7,0п.л., и 2 статьях, опубликованной в рецензируемых научных журналах Web of Science / Scopus – общим объемом 1,1п.л. (в т.ч. авт. –0,9п.л.), 32 публикаций в других изданиях общим объемом 13,5п.л. (в т.ч. авт. – 12,8 п.л.)

В публикациях, подготовленных в соавторстве, основные результаты, выносимые на защиту диссертации, разработаны лично автором.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, пяти глав, библиографического списка, заключения и приложений. Во введении диссертационного исследования аргументированно представлены актуальность и новизна исследования, обоснована степень научной разработанности, сформированы объект и предмет исследования, поставлены цели и задачи работы, представлены научная новизна, а также теоретическая и методологическая значимость исследования, научно обоснованы положения, выносимые на защиту, их практическое апробирование.

В первой главе «Теоретико-методологические основы развития внутреннего туризма в новых реалиях» раскрываются сущность и основные тенденции развития современного туризма в новых реалиях, рассмотрено их содержание с позиций системного подхода. Представлены методические

подходы к исследованию внутреннего туризма на основе динамики туристских потоков, сформирована Тепловая карта туристских потоков, позволяющая определить чрезмерную нагрузку на туристскую территорию.

Вторая глава «Технологические трансформации как драйвер развития внутреннего туризма» непосредственно направлена на исследование технологических трансформаций социально-экономической системы внутреннего туризма, выявлено их содержание, основные особенности и предпосылки внедрения. Сформированы методические положения по формированию системы мониторинга и диагностики овертуризма в условиях технологических трансформаций, представлено влияние овертуризма на устойчивость туристской территории на основе сценарного прогнозирования.

В третьей главе «Концепция формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций» представлены методологические аспекты разработки концепции формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма, разработан целевой иерархический подход к их построению и реализации в единстве взаимосвязей всех уровней управления сферой внутреннего туризма Российской Федерации. Обосновано, что одним из перспективных механизмов развития внутреннего туризма на региональном уровне являются интегрированные территориальные структуры, позволяющие осуществить переход от простой совокупности туристских территорий к пространственно - локализованной системе, построена пространственная модель оценки результативности развития сферы туризма региона.

В четвертой главе «Диагностика готовности субъектов туризма к цифровым трансформациям» сформирована авторская методика диагностики готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям на основе применения DATA-анализа, а также методика оценки цифровой активности туристских организаций по ключевым индикаторам с выходом на результирующие эффекты. На примере ряда субъектов РФ осуществлено

прогнозирование спроса на туристский продукт на основе импульсного моделирования.

Пятая глава «Экосистемный подход к развитию туризма в условиях технологических трансформаций» связана с определением эффективности технологических трансформаций в системе управления развитием внутреннего туризма; сформирована структурно-функциональная модель региональной цифровой платформы и цифровой экосистемы адаптивного управления, как важнейших компонентов технологических трансформаций, дана оценка эффективности экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В НОВЫХ РЕАЛИЯХ

1.1 Современный туризм в условиях новых реалий: сущность, тенденции и предпосылки развития

Туризм и туристская деятельность являются сложными системами, составляющими почти 11% мирового ВВП, а для ряда стран доходы от туристской отрасли составляют основу в бюджете страны, вклад туристской индустрии в 2022 г. в мировой ВВП составил 7,7 трлн. долл. США, а количество число рабочих мест достигло 300 млн. единиц, объем инвестиций в основной капитал перешагнул за 850 млрд. долл. (Приложение 1).

В целях комплексного исследования развития туризма и туристской деятельности необходимо провести анализ истоков возникновения такого феномена как туризм. В отношении периодизации туризма среди исследователей нет единства, что, по мнению Енджейчик И.³ связано с уникальностью истории развития туризма для каждой страны.

Зарубежные и российские ученые, среди которых Лейпнер Н., Бутовски Л., Бунич Г.А., Зорин И.В., Квартальнов В.А., Сапрунова В.Б., Соколова М.В. в своих периодизациях ведут отсчёт этапам туристской деятельности начиная с древних времён.⁴ При этом они формулируют ранние периоды (до момента возникновения термина «туризм») осуществления поездок как путешествия, однако не выделяют их динамику в отдельную периодизацию. Среди этой группы нет единого мнения по поводу количества периодов в развитии туризма.

Проведенный анализ позволил обобщить основные критерии периодизации, представленные в таблице 1.1

³ Енджейчик Ирена Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой: Пер. с польск. – М.: Финансы и статистика, 2003. с. 24

⁴ История туризма: Пособие. – Мн.: Экоперспектива, 1999. – 303 с.

Таблица 1.1-Критерии периодизации этапов развития туризма

Критерий	Периоды			
	<i>Предварительный</i>	<i>Начальный</i>	<i>Развития и подъема</i>	<i>Децентрализации в управлении</i>
Время	С древних времен до XIX в.	1800-1917	1917-1990	1990 – по н. в.
Наиболее популярное транспортное средство	Пешком/на лошади	Паровозом	На автомобиле	На самолете
Основная цель путешествия	Необходимость	Необходимость	Путешествие ради путешествия	Путешествие ради путешествия
Количество участников	Индивидуальный	В основном индивидуальный	Массовый	Массовый
Социальная принадлежность	Элита	Состоятельный класс	Средний класс	Средний класс

Источник: составлено автором по данным [61; 88])

Дж. Уокер⁵ рассматривает историю туризма в контексте развития средств транспорта, выделяя 5 периодов, 4 из которых имеют своим началом изобретение новых видов транспортных средств: преиндустриальный период (до 1840 г.); век железных дорог; век автомобиля; век реактивных авиалайнеров, век круизов на морских лайнерах [175].

Ефремова М.В.⁶, Николаев А.⁷ считают, что к туризму следует относить только организованные поездки с целью отдыха как факт производства туристского продукта, которые впервые появились только в первой трети 19 в. Соответственно в своих периодизациях они рассматривают историю туризма безотносительно к тем поездкам, которые совершались до 19 века.

Среди сторонников этого подхода также нет единого мнения по поводу количества периодов, которые современный туризм прошел в своем развитии. Но наиболее распространенным является выделение трех этапов:

1 этап – с начала XIX до начала XX в. – возникновение специализированных предприятий по производству туристской услуги,

⁵ Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство / Пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.

⁶ Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса. – М.: Ось-89, 1999 – 192 с. – с.25

⁷ Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура//Проблемы теории и практики управления, 2001.-№5.- с.57-63 –с.8

туризм доступен в основном элите, однако уже происходит зарождение массового туризма;

2 этап – с начала XX века до II мировой войны – массовый туризм приобретает характер индустрии;

3 этап – период после II мировой войны – формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса, направленного на производство туристского продукта.⁸

Оценку состояния развития сферы туризма в новых реалиях, по мнению автора, следует производить в разрезе его видов: внутреннего, въездного и выездного, а также исходя из динамики туристских потоков, исследование которых позволяет получить ответы на комплекс актуальных вопросов, связанных как с позитивными воздействиями на туристскую деятельность, так и с воздействиями, формирование которых повышает риски возникновения отрицательных внешних эффектов от чрезмерных потоков туристов.

Согласно международной классификации выделяют следующие виды туризма:

- туризм внутренний, предполагающий путешествия туристов в пределах собственной страны;
- туризм въездной, предполагающий путешествия туристов, которые не являются жителями данной страны, то есть иностранных граждан.
- туризм выездной, который предполагает путешествия лиц одной страны в другую страну.

Возможны и сочетания данных основных типов туризма, которые приводят к следующим категориям туризма:

- туризм в пределах страны, включающий как внутренний туризм, так и въездной туризм;

⁸ Некоторые аспекты функционирования индустрии туризма/ Под ред. А.Л. Лесника, И.П. Мацицкого, А.В.Чернышева. – М.: Вестник, 1998. – 363 с.

- туризм национальный, охватывающий как внутренний туризм, так и выездной туризм;

- туризм международный, который состоит из въездного и выездного туризма.

Внутренний туризм, который позиционируется с туристским сектором, имеет свои особенности, особенно в новых реалиях развития современной экономики. С позиций сферы туризма, определение «внутренний» касается путешествий лиц определенной страны в ее пределах. В другом аспекте исследования данный вид туризма соотносится деятельностью и расходами, как постоянных жителей страны, так и нерезидентов, которые путешествуют в пределах конкретной страны, т.е. относится как к внутреннему, так и въездному виду туризма. Исходя из туристского потребления туризм может быть внутренним, въездным, выездным, туризмом внутри страны, национальным. Перечисленные выше виды туризма могут быть интерпретированы таким же образом, если заменить слово «страна» на слово «территориальное образование». Тогда данные понятия возможно отнести не к стране в целом, а к какой-либо ее территории. Термин «территория» в данном контексте может относиться к району и в пределах страны. Следовательно, к внутреннему туризму можно относить и приезжающих иностранных граждан из другой страны. Подобный вид туризма следует определять как внутренний международный. Социально-экономические функции внутреннего туризма можно представить следующим образом (рис.1.1)

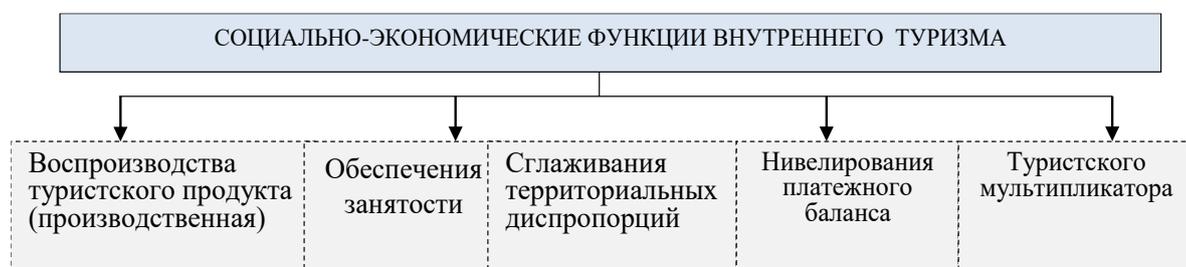


Рисунок 1.1 –Базовые социально-экономические функции внутреннего туризма

Источник: составлено автором на основе данных[181]

Обобщая различные теоретические положения и исследования, необходимо отметить, что, несмотря на значительный интерес современных экономистов и специалистов туристского бизнеса к внутреннему туризму, на сегодняшний день исследования в данном направлении носят в большей мере либо автономный, либо описательный характеры, а категории внутреннего туризма, индустрии внутреннего туризма, туристского продукта имеют неоднозначные трактовки. Данное обстоятельство обусловлено целым рядом причин, основными из которых являются:

- во-первых, большинство авторов рассматривают внутренний туризм как производную туризма в целом, что не дает возможности оценить его вклад в экономику страны, территории и местности, а также увидеть системность происходящих в нем процессов;

- во-вторых, возникают определенные сложности при проведении экономико-статистического анализа данных категорий вследствие терминологической близости обозначенных понятий;

- в-третьих, отсутствует системный подход к рассмотрению внутреннего туризма, позволяющий, на основании изучения многообразия структурных элементов, входящих в его состав, выявить трансформационные процессы и создать систему их взаимодействия.

Исследование современных тенденций развития сферы туризма сопряжено напрямую с исследованием динамики реализованных турпакетов в разрезе отдельных видов, доходов коллективных средств размещения, движения туристских прибытий на территориальные образования (рис. 1.2).

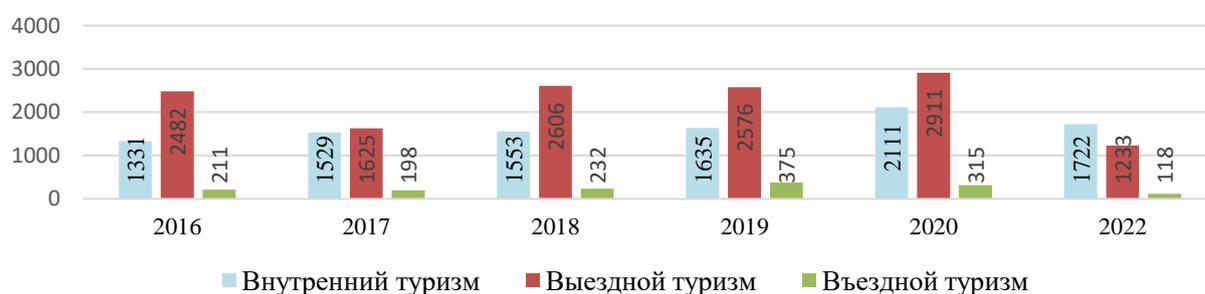


Рисунок 1.2 – Количество турпакетов, реализованных в сфере туризма в течение 2016 – 2022 гг., тыс.

Источник: составлено автором на основе данных Росстат⁹

⁹ <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rossiyskiy-turizm-posle-pandemii-perspektivy-vosstanovleniya-turbiznesa/>

Рост популярности внутреннего туризма, как правило, сопровождается расширением территорий, используемых для рекреационных и сопутствующих целей.

Повышению спроса на отдых внутри страны способствовала и программа туристического кешбэка. Тем не менее, пока не будут сняты имеющиеся ограничения, популярность внутреннего туризма будет сохраняться на высоком уровне. В соответствии с данными Правительства Российской Федерации объем финансирования сферы туризма к настоящему времени увеличился в 20 раз относительно 2018 года. В рамках реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» запланированы инвестиционные вложения в сферу туризма в размере 1,005 трлн. рублей, в т.ч.:

- из федерального бюджета – 223 млрд. руб.;
- из региональных бюджетов – 94 млрд. руб.;
- внебюджетные инвестиции – 688 млрд. руб.

За 2022 год согласно данных Минэкономразвития доля валовой добавленной стоимости сферы туризма в валовом внутреннем продукте Российской Федерации составила 2,6%, объем услуг коллективных и индивидуальных средств размещения составил 350,2 млрд. руб. (Приложение 2), внутри России совершено более 61 млн. поездок, что на 7% больше, чем в 2021 году (57 млн. поездок).

Аналогичная картина складывалась и на первую половину 2023 года, прирост количества въездных туристских поездок составил 42,3%, а выездных 40,7%. (Приложение 3). Что касается инвестиций в основной капитал в сфере туризма, то в 2022 г. их величина составила 3623,3 млрд. руб., что на 1132,3 млрд. руб. больше, чем в 2018 г. (Приложение 4).

Количество туристов, размещенных в коллективных средствах размещения (КСР) и доходы КСР в динамике отражены на рисунке 1.3. и таблице 1.2. (Приложение 5).

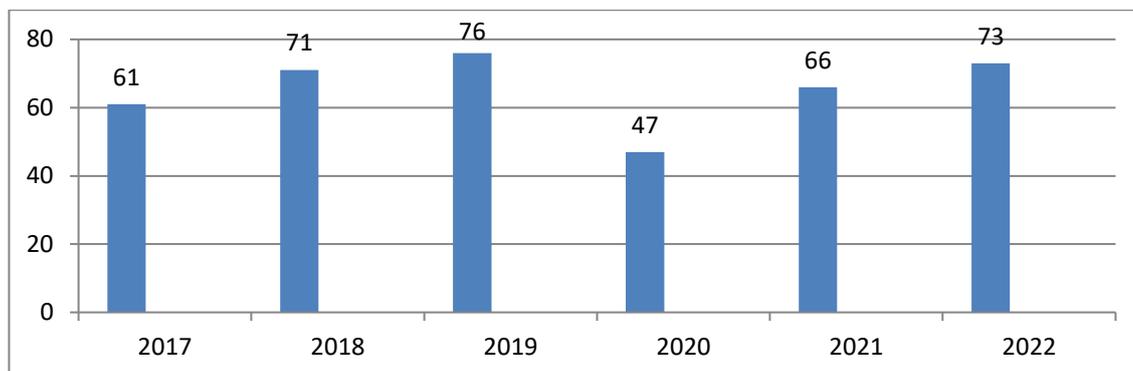


Рисунок 1.3 – Количество туристов, размещенных в коллективных средствах размещения, млн. чел.

Источник: составлено автором по данным rosstat.gov.ru

Таблица 1.2 – Доходы, полученные КСР (тыс. руб.)¹⁰

Регионы	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
РФ	566 256 258,5	599 630 749,2	376 499 846,6	599 303 357,6
Республика Карелия	3 203 758	3 395 261,7	3 183 774,9	5 053 331
Калининградская область	3 964 332,1	4 439 183	3 733 416,5	6 837 511,5
г. Санкт-Петербург	47 340 021,6	49 966 984,8	23 452 856,4	41 236 056,5
Краснодарский край	89 378 646,4	94 542 633,2	77 242 982,5	122 893 806,2
Алтайский край	7 604 494,4	7 921 724,6	5 731 434,4	9 758 719,9

Источник: составлено автором по данным fedstat.ru

Данные также свидетельствуют о восстановлении и росте числа коллективных средств размещения, а также численности размещенных в них россиян, как в целом по России, так и в рассматриваемых территориях (таблица 1.3) (Приложения 6, 7).

Таблица 1.3 - Число коллективных средств размещения (единица, значение показателя за год)

Регионы	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.
Российская Федерация	25 292	28 074	28 302	615	28 979
Калининградская область	221	248	249	253	291
г. Санкт-Петербург	845	1 057	1 052	872	882
Краснодарский край	4 641	5 883	5 759	5 124	5 404
Алтайский край	512	515	520	527	517
Республика Карелия	213	238	240	243	293

Источник: составлено автором по данным rosstat.gov.ru

¹⁰ <https://www.fedstat.ru/indicators>

Что касается движения и распределения потоков туристов в разрезе Федеральных округов, то также можно увидеть достаточно высокую неравномерность (рисунок 1.4).

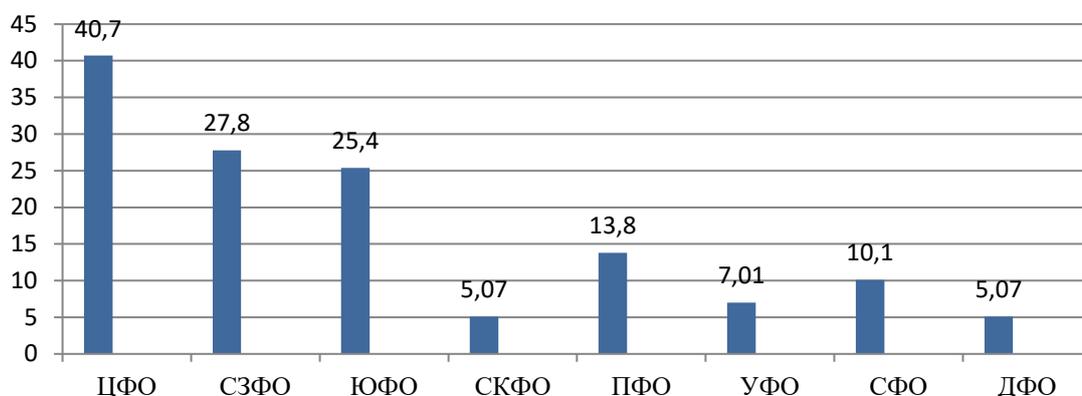


Рисунок 1.4 - Динамика внутреннего туристского потока по числу поездок за январь-сентябрь 2023 года, млн. единиц

Источник: составлено автором по данным rosstat.gov.ru

Наибольший турпоток, как свидетельствуют представленные статистические данные, приходится на Центральный, Северо-Западный и Южный федеральные округа, поскольку именно здесь наиболее высокая плотность населения, налаженная транспортная доступность, концентрация значимых туристских объектов для их посещения. К примеру, туристские территории Золотого кольца включают в себя практически одну пятую всех имеющихся в РФ объектов культурного наследия. Курорты Черноморского побережья отличаются бальнеологическими методами лечения, приемом солнечных ванн и морским пляжным отдыхом. Что касается региона Дальнего Востока, то это весьма перспективная территория для развития туризма и формирования туристских потоков, поскольку обладает высоким потенциалом в отношении уникальности туристских объектов и исторических достопримечательностей. Однако, географическая отдаленность региона порождает многочисленные сложности, в числе которых несовершенная транспортная логистика и достаточно высокая цена турпоездки.

В настоящее время, как правило, туристы предпочитают путешествовать по региону проживания либо в близлежащие территории, что, согласно исследованиям, составляет более 50% от совокупного внутреннего туристского потока. Данная тенденция закономерно приводит к неравномерности их распределения. Поэтому ряд туристских территорий в высокий сезон отличаются переизбытком туристов. Так, к примеру, туристско-рекреационные территории Краснодарского края сильно перегружены в летнее время, хотя среднегодовой показатель загрузки коллективных средств размещения равен 42%.

В этой связи, отечественная практика развития внутреннего туризма с позиций равномерности распределения туристских потоков ставятся в качестве базовых стратегических ориентиров.

Большое значение в современных реалиях должно уделяться также и трансформационным процессам как в экономике в целом, так и в сфере внутреннего туризма. Сущностное содержание генезиса трансформационных процессов в сфере туризма можно проследить исходя из представленной таблицы (таблица 1.4).

Таблица 1.4 - Причинно-следственные связи трансформационных процессов в развитии сферы туризма

№	Периоды трансформаций	Года	Знаковые события	Отличительные черты туризма
1	Период первой промышленной революции	1772	Строительство текстильной фабрики в Кромфорде	Отличительными чертами развития туризма в этот период являются: - примитивизм средств передвижения; - путешествие не самоцель, а необходимое условие и средство достижения собственно цели, как-то: торговые дела, расширение образовательного кругозора, лечение, паломничество; - элитарность путешествия.
2	Эпоха пара	1825	Создание паровоз («Локомоушин № 1»), строительство железной дороги	Данный этап характеризовался отдельными примерами использования экскурсий, походов, путешествий, прежде всего в целях образования и сбора научно-географической и краеведческой

№	Периоды трансформаций	Года	Знаковые события	Отличительные черты туризма
				информации. Наиболее активно их использовали революционно-демократические слои и интеллигенция.
3	Период второй промышленной революции	1875	Изобретение бессемерского процесса Создание на базе конвертера Бессемера завода ETSW в Питсбурге	Быстро растет туристская инфраструктура - рестораны, гостиницы, транспортная сеть, начинает формироваться туристский рынок, в котором явно прослеживаются 2 основных сегмента - элитарный туризм состоятельных слоев и экскурсионный, рекреационный туризм интеллигенции.
4	Период нефти	1908	Внедрение на предприятиях G. Ford ленточного конвейера	Монополизация туризма, обострение противоречий из-за невозможности удовлетворения рекреационных потребностей всего населения при сохранении низких цен на отдых.
5	Период третьей промышленной революции – эпоха компьютеров и телекоммуникаций	1971	Развитие электроники, Становление «Кремниевой долины», создание первого микропроцессора (Intel)	Отличительные черты: -изменение структуры рекреационных потребностей и начало сегментации туристского рынка; -переход от монопольного к многоукладному туристскому хозяйству. активное развитие малых и средних туристских предприятий; -переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений; -переход от административного регулирования функций туристского хозяйства к экономическому стимулированию туристского рынка на новой законодательной основе.
6	Период четвертой промышленной революции - эпоха цифровизации	2011	Ключевые технологии больших данных; интернет вещей; дополненной реальности; 3D-печать; печатной электроники; блокчейн.	-рост онлайн-бронирования; -индивидуальный подход к каждому гостю на основе «умных» технологий; -развитие мультимедийного контента и технологий; -формирование взаимосвязанной системы информационных и коммуникативных технологий. - омниканальность в туристической индустрии

№	Периоды трансформаций	Года	Знаковые события	Отличительные черты туризма
7	Период метакогнитивных технологий	2060	Искусственный интеллект	-перевод в электронный формат всех государственных услуг, которые связаны с индустрией туризма; -работа со всеми субъектами, задействованными в туристической деятельности через электронный формат коммуникации; -создание единой государственной ин-формационной платформы, где будет размещена вся информация касательно туризма и сопредельных с ним отраслей

Источник: составлено автором по данным [87; 162]

Представленный в таблице комплекс трансформаций непосредственно повлиял на появление новых технологических укладов и послужил начальным этапом изменений основных бизнес-процессов в сфере туризма.

Прогнозируется, что с 2060 года наступит эпоха метакогнитивных технологий, начало которой связано с информационной революцией и искусственным интеллектом. Проявляются предпосылки этой эпохи. Глобальная трансформация оказывает влияние не только на рынки товаров и услуг в индустрии туризма, и на систему внутреннего туризма в целом.

1.2 Системный подход к процессам развития внутреннего туризма

Обоснование концептуальных положений настоящего исследования предполагает необходимость формирования целостного представления об особенностях процессов развития внутреннего туризма. Исследования показали, что внутренний туризм является многогранной и многомерной категорией, сочетающей в себе и виды деятельности, и формы рекреации, а также он представляет собой один из важнейших секторов национальной экономики. В соответствии с определением, разработанным Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма, внутренний туризм есть социально-экономическая система, представляющая совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и

пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью. Как и любая социально-экономическая система, внутренний туризм в своем развитии опирается на ряд функциональных подсистем, таких как: подсистему формирования туристского продукта; подсистему его реализации, подсистему продвижения, подсистему развития ресурсного потенциала, подсистему мониторинга и ряд других локальных подсистем (рисунок 1.5):

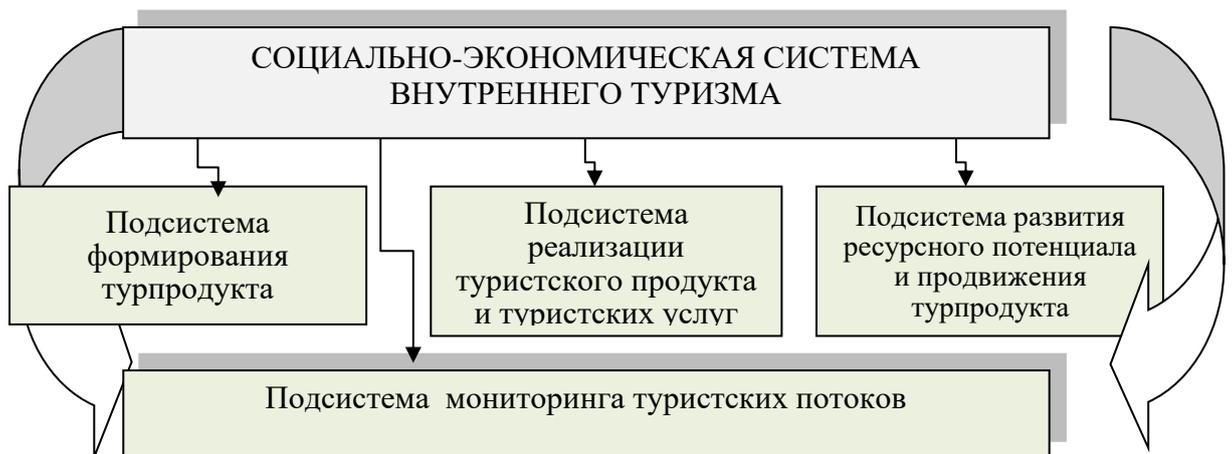


Рисунок 1.5 – Базовые функционально-структурные подсистемы внутреннего туризма

Источник: составлено автором

В этой связи, сущностную характеристику внутреннего туризма следует рассматривать с позиций системного подхода.

Системный подход в теории и практике управления экономическими системами разного уровня предлагается многими отечественными учеными. Среди них можно особо выделить Козина В.В. [108] и Чудновского А.Д., [181], труды которых посвящены теории развития индустрии туризма, системным процессам. При этом системный подход к исследованию основан на перемещении центра тяжести с «внутреннего» восприятия объекта как множества взаимосвязанных элементов, образующих экономическую систему, к «внешнему», когда, например, туристская организация рассматривается как некий фрагмент внешней среды, выделяемый аналитиком в пространстве и времени.

В наиболее общей интерпретации система представляет собой комплекс взаимосвязанных структурных элементов, представляющих единое целое каких либо объектов или субъектов, нацеленных на достижение заданных целей и имеющих определенное назначение. Причем эффективность системы гораздо выше, чем простая сумма ее структурных элементов.

Опираясь на данное определение системы, внутренний туризм также возможно охарактеризовать в виде сложной, частично самоуправляемой социально-экономической системы. Данная система, по сути, представляет собой объединение структурных компонентов природного, культурно-исторического, инфраструктурного, организационного, институционального, технологического и технического направления.

Следовательно, трансформационные процессы и новые технологии, вызывающие серьезные изменения и сдвиги в туристской деятельности должны охватывать все функциональные подсистемы внутреннего туризма.

Таким образом, внедрение новых тенденций становится жизненно важным для ведения туристского бизнеса, особенно в условиях активной трансформации глобальных процессов, а также внешнесанкционного давления со стороны недружественных стран.

Что касается системного подхода к развитию внутреннего туризма, то с развитием трансформационных процессов он прошел через ряд функциональных этапов, определяющих возможности трансформаций, «креативного разрушения», кардинально изменивший производство и потребление туристских услуг до этапа эпохи больших данных и цифровых систем (рисунок 1.6). Возможности трансформаций предполагают дальнейшее их воплощение, переходя на следующий этап. Так, с развитием технологий простые веб-сайты стали устаревать, поскольку начинают появляться новые технологии, применение которых свидетельствует о следующем этапе технологического уклада, следовательно, о новых преобразованиях в сфере туризма. На цифровых платформах начинают базироваться глобальные дистрибьюторские системы, такие как Amadeus,

Galileo, Skyscanner; компьютерные системы и онлайн-сервисы бронирования и продаж туристских услуг. И это тоже важнейшие трансформации в туристской сфере, но уже нового поколения.



Рисунок 1.6 – Функциональные этапы трансформаций в сфере внутреннего туризма

Источник: составлено автором на основе Top 9 Travel Trends & Innovations in 2025
<https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/>

Для современных туристов уже нормой покупательского поведения стало использование цифровых коммуникаций до, во время и после поездки. Поэтому компании-лидеры туристского рынка и органы управления умными дестинациями заказывают разработку таких технологий, как: собственные приложения для смартфонов, сервисы дополненной реальности, виртуальные туры, мультимедийные приложения аудио- и видео-гидов с возможностью интеграции в GPS-навигацию, электронные системы оценки качества туристического сервиса и другие, заменяющие традиционные способы предложения и реализации услуг на цифровые (таблица 1.5).

Государственные, региональные, муниципальные органы управления туризмом превратились из администраторов в активных участников электронного рынка, продвигая через Интернет комплексные туристские продукты и бренды туристских дестинаций.

Трансформации в сфере туризма в данной В-2-В системе проявляется также в адаптации новых технологий, переподготовке сотрудников, разработке и внедрении новых форм цифрового маркетинга, включая электронное бронирование и продажи.

Таблица 1.5 – Способы реализации туристских услуг на электронном рынке

Традиционная потребность	Новые технологии	Интернет – сервисы
Транспортные услуги	Интернет-заказ такси, карпулинг, каршеринг, райдшеринг, велошеринг (аренда велосипедов)	Uber, Яндекс.Такси, BeepCar, BlaBlaCar, Велобайк Velib, Велогород
Проживание	Интернет-аренда жилья, каучсёрфинг (обмен гостеприимством)	CouchSurfing, Airbnb, Servas Open Doors, HomeAway, Hospitality club, Guesthop
Питание	Ко-ланчинг	Colunching, EatWith, Cookening
Экскурсии	Экскурсии с гидом-местным жителем	Travbuddy.com GetYourGuide
Экспедиции, поездки	Планирование поездок, формирование групп через интернет	ТурБаза, Попутчик.ру, Team2.Travel
Путеводители	Интерактивные путеводители, сайты советов туристам и с отзывами о путешествиях	Викигид (Wikivoyage), Media Group, TripAdvisor, RuTraveller, Википутешествие (Wikitravel),
Карты, обзоры	Виртуальные путешествия, карты, экскурсии; фотохостинг, фотосервис	Twitpic, Panoramio Викисклад, Flickr, Snapchat, Facebook, Фотохостинг 500px.com, Google Earth, enjourney.ru

Источник: составлено автором по данным [71,92]

Внедрение цифровых технологий коренным образом изменило индустрию туризма. С момента внедрения первой глобальной системы распределения новые информационно-коммуникационные (ИКТ) и IT-

технологии постоянно влияли на индустрию туризма, причем внедрение ИКТ инициировало несколько волн фундаментальных трансформаций. Самая последняя волна технологических преобразований была названа цифровизацией, которая привела к сдвигу во всей экосистеме путешествий. Быстрое развитие Интернета открыло новые возможности для туризма, и начал появляться термин цифровой туризм.

«Умный» или цифровой понимается как использование оперативных данных в режиме реального времени для анализа, моделирования, визуализации и интеграции рассуждений в решения в режиме реального времени для создания большей ценности для конечного пользователя. Данное понятие можно определить как туризм, поддерживаемый комплексными усилиями различных акторов дестинации по сбору, агрегированию и использованию данных, полученных из разнообразных структурированных и полу-структурированных источников, в сочетании с использованием передовых технологий для преобразования этих данных в знания и рекомендации для бизнеса с четким акцентом на повышение его эффективности.

Зарождающаяся индустрия цифрового туризма характеризуется клиентоориентированностью и высокой степенью персонализации, а также бумом онлайн-дистрибуции, включая мобильные каналы.

Что касается страновой структуры трансформаций, то странами-лидерами в течение нескольких веков остаются западные государства. Причем в периоде 1770-1880 годов европейские страны сохраняют лидерство. Технологический прорыв в конце XIX в. - начале XX в. совершают США и Германия, сохраняя монопольное положение до середины XX века. С середины прошлого века неизменным лидером остаются США. Этому способствовали благоприятные экономические условия для динамичного роста американской экономики, обеспечивавшей европейские страны военной и гражданской продукцией, а также в послевоенный период, когда разрушенные европейские страны могли восстановиться лишь за счет

кредитов и товаров из США. Накопленный капитал позволяет этой стране выделять огромные средства, чтобы финансировать науку и образование. Здесь уместно отметить и такое условие у США, как возможность «скупать и эффективно использовать мозги» из других стран мира. Очевидно, в этой стране есть преимущества в организации науки в сфере туризма, помимо материальных, привлекательна и среда путешествий. Однако, следует отметить, что в XXI веке продвинулись в технологическом прогрессе и азиатские страны.

Глобализация расширила возможности использования идей и проецирования новых социально-экономических отношений, утвердившихся в технологически развитых странах на остальной мир. Лидерами в продвижении новых технологий являются страны с высоким научно-технологическим потенциалом, накопленным за счет новых идей, генератором которых является человек.

В последней четверти прошлого века в ряды лидеров технологического прогресса встраиваются скандинавские страны, Индия, Китай, Южная Корея. Большую роль в технологическом прорыве этих стран сыграли новые технологии в различных сферах, разработка цифровых и облачных платформ, которые, размещаясь в этих странах, создавали рабочие места для местного населения, привлекали квалифицированных работников из других стран. Профессионально-квалификационная структура трудового населения резко возросла, что способствовало росту конкуренции в жизненно важных сферах экономического развития (таблица 1.6).

Таблица 1.6 – Страны-лидеры в продвижении новых технологий

№	Период	Страны -лидеры
1	1770-1830	Голландия, Великобритания, Франция, Бельгия
2	1830 - 1880	Голландия, Великобритания, Франция, Бельгия
3	1880 -1930	США и Германия, Голландия, Великобритания, Франция, Бельгия
4	1930 -1980	США и Германия, Канада, СССР, Япония, Австралия, Франция
5	1980 – по настоящее время	США, ЕС, Япония, скандинавские страны, Сингапур, Китай, Корея, Индия

Источник: составлено автором по данным [58,67]

Поэтапно рассмотрим ряд трансформаций, выделенных автором в результате проведенного исследования и мониторинга медиа-ресурсов с использованием статистики поисковых запросов инструмента Google Trends.

1. *Смена доминирующей мотивационной парадигмы.* Первая и главная из тенденций касается мотивации путешествий. От парадигмы S-S-S (море - солнце - песок), которая доминировала во второй половине XX века, современный внутренний туризм и индустрия путешествий переходит к парадигме L-L-L (знания - пейзаж - отдых).

На наш взгляд, это проявление более глубокой тенденции - дифференциации туристического продукта вследствие глобальных вызовов современности.

2. *Цифровая трансформация туристского продукта.* Цель цифровой трансформации всей экономики, и сферы туризма, в частности, определяется ростом валового внутреннего продукта, не столько с позиций количественной оценки, сколько с позиций оценки качества.

Цифровая трансформация демонстрирует появление феномена платформенного и экосистемного качества и имеет в туризме свои особенности. Это справедливо как для уровня отдельных субъектов внутреннего туризма, так и индустрии внутреннего туризма в целом. Причем важным фактором выступает определение и формирование функционала цифрового сервиса, обновление требуемых компетенций для специалистов, а также анализа существующей инфраструктуры внутреннего туризма.

Одной из перспективных форм проявления цифровизации в туризме может стать технология искусственного интеллекта, которую возможно применять в основных секторах туристской деятельности, поскольку модель развития туризма, основанная использовании потенциала цифровизации, напрямую зависит как от внутренних технологических возможностей организации, так и от внешних условий окружающей среды. На основе использования искусственного интеллекта осуществляется поиск и бронирование различных туров, в гостиничном бизнесе все более

популярными становятся умные номера, выявляются факторы соответствия, позволяющие подстраивать окружающую среду под индивидуальные потребности и запросы туристов.

Использование технологий искусственного интеллекта дает возможность практического сокращения времени на ответы по запросам туристов по всему временному отрезку в персонализированном формате.

Еще одной современной формой цифровых трансформаций в деятельности туристских организаций является онлайн-покупка туров, спроектированных самими туроператорами.

3. Платформенный подход к развитию туризма

Наиболее интересен, с нашей точки зрения, является платформенный подход к развитию туризма, особенно реализуемый с позиций экосистемы, который тесно переплетается с технологическими и цифровыми трансформациями, характеризующими туристскую сферу и объекты ее инфраструктуры. Технологические трансформации в туризме наиболее ярко демонстрируют появление «экосистемного качества» обслуживания туристов, проявляющегося не только в возможности дистанционных продаж туристского продукта, но и возможности формирования моделей деятельности на основе цифровых технологий и совершенствования основных бизнес-процессов при сохранении экологической среды туристских территорий, то есть их устойчивого развития. Экосистемное качество привносит инновации в туризм, дает новое качество обслуживания туристов, так как большинство бронирований и покупок туров можно совершать онлайн, быстро и в несколько кликов, то есть реализует решение по принципу одного окна, позволяя делать все операции в едином мобильном приложении. Накопление большого количества данных позволяет с помощью экосистемного подхода сформировать «портрет туриста» и обеспечить целостность получения услуг, а также повысить точность адресных предложений под конкретного путешественника. Реализация экосистемного подхода предполагает разработку комплекса мероприятий по достижению

сетевого эффекта и эффекта масштаба, заключающегося в трансплантации платформенных моделей туристского бизнеса, определении их минимального функционала для эффективного управления технологическими трансформациями сферы туризма. Экосистемный платформенный подход позволяет также выявить и оценить аттрактивность ресурсов туристских территорий для развития различных видов туристско-рекреационной деятельности и, как следствие, сформировать эффективные управленческие решения, включая использование природных экосистем, сохранения их структуры и функций.

В этом плане большой интерес представляет стратегия ESG, аббревиатура которой интерпретируется как «экология, социальная политика и корпоративное управление».

4. *Устойчивое развитие туризма в соответствии со стратегией ESG.* ESG – это по большому счету устойчивое развитие туристской деятельности, реализуемое на бережном и ответственном отношении к окружающей среде (E - environment), социальном развитии, как туристских предприятий, так и самих туристов (S -social), высоком качестве эффективного управления (G - governance).

В современной трактовке ESG-принципы были впервые сформулированы экс-секретарем ООН Кофи Аннаном, который рекомендовал крупным мировым компаниям включать данные принципы в планы своего стратегического развития, которые позволили бы быстро реагировать на активные трансформации глобальных процессов, поскольку экосистемные сервисы достаточно удобны и относительно просты в эксплуатации. Исследование, проведенное Booking.com, показывает, что 72% туристов считают, что люди должны действовать сейчас и сделать выбор в пользу экологичных путешествий, чтобы спасти планету и сохранить ее для будущих поколений. Все больше путешественников перенимают этот образ мышления, поэтому принимают решения о поездках с учетом окружающей среды. Компенсация выбросов углерода, например, становится все более

популярной с каждым днем, особенно потому, что путешественники хотят помочь смягчить последствия климатического кризиса. Туристические компании также могут поддержать эту миссию, внося небольшие, но существенные коррективы - отказаться от одноразового пластика или использовать только солнечную энергию.

5. *Формирование интегрированных территориальных структур туристско-рекреационной направленности*, представляющих собой территориальные объединения, направленные на создание единого туристского бренда, увеличение объема въездного туристского потока, объема туристских услуг, а также темпа прироста числа размещенных туристов в коллективных средствах размещения. Таким образом, речь идет уже о пространственном планировании туристских территорий во взаимной увязке туристского потенциала, туристских потоков, инфраструктурной и экологической нагрузки с возможностью комфортного, безопасного и доступного отдыха. Тем не менее отсутствие в настоящее время единого подхода к пониманию интегрированных территориальных структур затрудняет процесс координации деятельности предприятий туризма их взаимоотношения с территориально- административными органами управления по эффективному использованию рекреационно- туристских ресурсов.

6. *Использование в туристском бизнесе электронной коммерции*. Функционирующие системы онлайн-бронирования в настоящее время не в полной мере обеспечивают возможности бронирования нескольких объектов размещения в рамках одной поездки, а также не обеспечивают привлечение частного сектора, то есть отсутствует возможность съема квартиры или дома. Наличие электронной платформы, включающей все многообразие туристских услуг и всевозможных сервисов в пределах конкретной туристской дестинации, обеспечит удобство для потенциальных туристов при организации отдыха, и станет инструментом централизованного продвижения территории.

В целях устойчивого развития туристских территорий региональную систему управления туризмом необходимо сделать омниканальной. Омниканальность, по сути, представляет собой модель, интегрирующая в единую систему различные каналы коммуникации с туристами. Омниканальная модель интеграции туристской территории позволит интенсифицировать реализацию турпродукта, повысить доступность услуг и обеспечить круглосуточный доступ потребителя к предложению. Использование принципа омниканальности в системе регионального значения определено особенностями потребительского поведения самих туристов.

7. *Обеспечение этнокультурной составляющей в турпродукте.* Развитие внутреннего туризма позволяет также прикоснуться к культуре народов, населяющих туристскую территорию, увидеть уникальные ландшафты и природные условия. Возможности выбора туристского продукта значительно расширяются для семейных туров, включая детские программы. В этом случае в систему туристического продукта следует включать не только спортивные, но и культурно-экскурсионные, познавательные категории, что в целом должно повлиять на комплексное восприятие подобных туров целевой аудиторией без стереотипного подхода к активному туризму как спортивному досугу.

8. *Совмещение туризма и деловых путешествий* - это растущая тенденция в туризме, когда люди, путешествующие по работе или по делам, проводят свободное время в пункте назначения. Подобные деловые поездки могут быть запланированы заранее, когда клиенты планируют свой отпуск. Компании могут также предложить своим работникам некоторые туристические впечатления во время командировок. В этом контексте следует упомянуть инсентив-туры (поощрительные поездки для персонала).

9. *Трансформационные туры.* Это новое направление в туризме, которое быстро набирает популярность. Трансформационное путешествие — это не только путешествие для отдыха, но и стремление изменить жизнь

других и себя. Волонтерские поездки являются примером опыта, который приобрел популярность благодаря данному тренду. Путешественники отдыхают, а также выделяют время для волонтерской работы в местах своего путешествия. Потребители могут выбрать также оздоровительные каникулы (ретриты), во время которых они уединятся, присоединятся к занятиям йогой, отдохнут в окружении природы или посетят несколько обучающих занятий, чтобы освоить новый навык или язык.

Таким образом, рассматривая процессы развития внутреннего туризма с позиций системного подхода, следует принимать во внимание вышеописанные трансформации, оказывающие непосредственное воздействие на развитие туристской сферы.

Современное состояние развития внутреннего туризма следует оценивать и с позиций равномерности распределения туристских потоков, которые в условиях новых реалий становятся одним из базовых стратегических ориентиров дальнейшего развития туристской деятельности.

1.3 Анализ современного состояния внутреннего туризма на основе оценки туристских потоков и формирования Тепловой карты

Современное состояние развития внутреннего туризма, возможно, оценить на основе анализа туристских потоков в разрезе территориальных образований. Как показывают исследования, внутренний туризм в современных реалиях, обладает всеми условиями для аккумуляции туристских потоков, величина которых может являться своеобразным вектором относительно формирования стратегических инициатив в управлении развитием сферы туризма в субъектах Российской Федерации.

В этом аспекте понятие туристского потока в аналитических целях используется в качестве важнейшего индикатора, позволяющего оценить состояние сферы туризма по различным уровням, начиная от муниципального, регионального и заканчивая уровнем страны в целом.

В научных публикациях существует достаточно много определений категории «туристский поток», как и самого понятия «турист». В наиболее общем виде под туристским потоком нами понимается количество туристских поездок в определенные территориальные образования в течение определенного промежутка времени. В настоящее время на всех уровнях управления отсутствуют единые рекомендации, направленные на оценку туристских потоков, позволяющих учитывать особенности развития сферы туризма и принимать своевременные стратегические решения, отраженные в региональных программах управления туристской деятельностью.

В настоящее время для определения туристского потока используется основная единица его учета, в качестве которой выступает турист или прибытие, которые делятся на две категории: собственно, классические туристы и экскурсанты (однодневные посетители).

В современных условиях обострение внешних факторов воздействия на туризм требует усиления роли государственной системы управления масштабами туристского потока, его географических направлений, а также и чрезмерно и локально сконцентрированных туристских потоков. Прежде всего, усиление функциональной роли государства в управлении региональными туристскими потоками. Основанием для усиления функциональной роли государства в управлении туристскими потоками является такой фактор, как изменение геополитической ситуации в мире и установление санкций на трансграничное перемещение российских граждан, в том числе связанные с визовыми критическими ограничениями и запретами. Следовательно, оценку современного состояния внутреннего туризма необходимо дополнить исследованиями динамики туристских потоков.

В настоящее время содержательный анализ совокупного туристского потока в основном заменен рейтинговой оценкой субъектов РФ и крупных городов в соответствии с уровнем развития внутреннего туризма, определяемого по ряду показателей. Достоверность установленных

рейтингов вызывает сомнения, так как методика их подсчета основана не на полном учете всех посетителей, образующих действительный туристский поток регионов и муниципальных образований. Помимо этого, не подвергаются анализу такие важные для управления и регулирования потоков туристов показатели, как динамика их развития, а также их плотность и интенсивность, по которым можно судить о степени нагрузки на туристскую территорию и ее инфраструктуру.

По данным Федеральной службы государственной статистики в 2022 году количество туристских поездок, совершенных зарубежными гостями в Российскую Федерацию, существенно снизилось, составив 8,24 млн. против 24,4 млн. в 2019 году. Что касается выездного туризма, то санкции и СВО также привели к ухудшению ситуации в данном направлении: количество зарубежных поездок российскими гражданами снизилось практически в два раза (в 2019 году их было совершено 45,3 млн. поездок, а в 2022 г. только 22,4 млн.).¹¹ Однако, согласно исследованиям АТОР, прирост внутреннего туристского потока в 2021 году почти на 30 % превзошел соответствующие данные 2020 года. Подобная тенденция сохраняется и в 2023 году.

В 2022 году совокупный внутренний турпоток составил более 60 млн. туристов относительно 56 млн. чел. в 2021 году, превышение составило 8,3%.¹² Рост произошел по всем направлениям внутреннего туризма (таблица 1.7).

Таблица 1.7 – Сопоставление туристского рынка в 2023 году с аналогичным периодом 2022 года, исходя из величины туристского потока

Виды туризма	Процент роста к 2022 году
Внутренний туризм	+17%
Выездной туризм	+21%
Въездной туризм	+95%

Источник: составлено автором по данным rosstat.gov.ru

¹¹Росстат (2022). Российский статистический ежегодник. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejagodnik_2022.pdf

¹²Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному дню туризма – 2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/comments>

Исследование и регулирование туристских потоков целесообразно осуществлять в рамках их мониторинга по заранее определенным позициям и направлениям в зависимости от размера и вида.

В целях реализации государственной политики в сфере туризма, была разработана и принята программа развития туризма (Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 N 2439 (ред. от 29.05.2023) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации: Развитие туризма»). В соответствии с данным постановлением, субъекты Российской Федерации разрабатывают региональные государственные программы в сфере туризма. Кроме того, органы государственной власти субъектов Российской Федерации участвуют в осуществлении государственной политики Российской Федерации в отношении стимулирования внутреннего и въездного (экспортного) туристского потока посредством разработки в субъектах Российской Федерации соответствующих региональных программ.

В основе Программы лежат задачи обеспечения достижения роста социально-экономического развития субъектов, что включает:

- с одной стороны, необходимость сфокусировать ресурсы и меры поддержки государства на федеральном и региональном уровнях на развитии туристских макротерриторий, повышая их инвестиционную привлекательность и улучшая условия для вложения в туристический бизнес;

- с другой стороны, внедрение комплексного подхода к развитию туристских макротерриторий через концепцию управления и территориального планирования, включая зонирование, архитектурный и дизайн-код, расчет турпотоков, нагрузку на инфраструктуру, экосистемы и многое другое, в том числе последующие целевое и фокусное применение комплексных механизмов поддержки развития туризма, предусмотренных в программе развития туризма.

Такой подход позволит стимулировать развитие туристских макротерриторий путем выделения и применения тех или иных мер не только с учетом потребности соответствующего региона, но и с учетом

приоритетности туристской макротерритории в целом и вклада каждого субъекта в развитие туризма.¹³

В соответствии с данным постановлением было выделено 12 туристских макротерриторий (Приложение 8).

Таблица 1.8 – Перечень туристских макротерриторий

Туристская макротерритория		Субъекты Российской Федерации в каждой туристской макротерритории
1.	Большое Золотое кольцо	Владимирская область Ивановская область Калужская область Костромская область Московская область Рязанская область Смоленская область Тверская область Тульская область Ярославская область
2.	Западный Юг России	Республика Крым г. Севастополь
3.	Дальний Восток	Камчатский край Приморский край Сахалинская область
4.	Восточный Юг России	Республика Адыгея Краснодарский край Ростовская область
5.	Из г. Москвы в г. Санкт-Петербург	Республика Карелия Ленинградская область Московская область Новгородская область Псковская область Тверская область г. Москва г. Санкт-Петербург
6.	Большой Урал	Республика Башкортостан Пермский край Свердловская область Челябинская область
7.	Большая Волга	Республика Марий Эл Республика Татарстан Чувашская Республика Астраханская область

¹³ <https://Регионы> России. Социально-экономические показатели. Статистический сборник. - М.: Росстат. М., 2022. — 1124 с.

Туристская макротерритория		Субъекты Российской Федерации в каждой туристской макротерритории
		Волгоградская область Ивановская область Костромская область Нижегородская область Самарская область Саратовская область Тверская область Ульяновская область Ярославская область
8.	Русский Север и Арктика	Республика Карелия Архангельская область Вологодская область Мурманская область
9.	Большой Алтай	Республика Алтай Алтайский край Кемеровская область
10.	Большой Кавказ	Республика Дагестан Республика Ингушетия Кабардино-Балкарская Республика Карачаево-Черкесская Республика Республика Северная Осетия - Алания Ставропольский край Чеченская Республика
11.	Русская Балтика	Калининградская область
12.	Байкал	Республика Бурятия, Иркутская область

Источник: Приложение №1 к государственной программе Российской Федерации «Развитие туризма»

Анализ числа лиц, размещенных в коллективных средствах размещения субъектов РФ, позволил автору сформировать Тепловую карту определенных программой развития туризма макротерриторий (таблица 1.9).

Таблица 1.9 - Тепловая карта макротерриторий развития туризма по количеству лиц, размещенных в коллективных средствах размещения (тыс. чел.)

Макротерритория/ субъект	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Среднее
Из г. Москвы в г. Санкт-Петербург	15083	18991	22525	27956	29692	15781	21535	23096	21832
г. Москва	5870	9560	11402	14916	15550	7330	9276	9510	10427
г. Санкт-Петербург	3170	3776	5245	5961	6105	3081	4534	5102	4622

Макротерритория/ субъект	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Среднее
Московская область	3895	3489	3478	4286	5025	3017	4546	5021	4095
Ленинградская область	635	640	739	1064	1171	966	1250	1292	970
Тверская область	366	426	533	554	578	492	667	707	540
Республика Карелия	412	420	415	461	483	388	565	600	468
Псковская область	372	344	375	372	427	257	369	466	373
Новгородская область	363	335	339	341	354	250	328	397	338
Восточный Юг России	6525	6824	7817	9429	9720	7248	9428	11338	8541
Краснодарский край	5560	5806	6623	8051	8299	6298	8074	9707	7302
Ростовская область	883	925	1086	1262	1277	838	1146	1451	1109
Республика Адыгея	82	92	108	116	144	112	209	180	130
Большое Золотое кольцо	7184	7044	7435	8454	9452	6076	8800	9680	8015
Московская область	3895	3489	3478	4286	5025	3017	4546	5021	4095
Ярославская область	683	666	746	781	861	597	847	824	750
Владимирская область	624	666	646	646	704	366	599	672	615
Тверская область	366	426	533	554	578	492	667	707	540
Калужская область	520	452	525	639	602	415	550	533	529
Рязанская область	263	350	410	364	400	321	427	517	382
Тульская область	267	308	351	414	475	306	414	507	380
Костромская область	152	245	272	292	301	272	328	349	276
Ивановская область	229	226	250	249	263	142	221	294	234
Смоленская область	187	214	225	231	242	148	202	255	213
Большая Волга	6586	6915	7877	8438	8925	6018	8905	9864	7941
Республика Татарстан	1782	1861	2096	2258	2335	1449	2123	2608	2064
Нижегородская область	1089	975	1067	1187	1269	755	1442	1445	1154
Самарская область	662	699	873	990	1019	722	912	1048	866
Ярославская область	683	666	746	781	861	597	847	824	750
Волгоградская область	513	583	617	720	707	489	730	815	647
Тверская область	366	426	533	554	578	492	667	707	540
Саратовская область	329	333	436	399	484	350	544	626	438
Ульяновская область	225	242	313	358	397	281	355	324	312
Костромская область	152	245	272	292	301	272	328	349	276
Чувашская Республика	237	269	279	275	306	189	313	342	276
Астраханская область	208	264	268	238	261	201	300	318	257
Ивановская область	229	226	250	249	263	142	221	294	234
Республика Марий Эл	111	125	127	137	142	79	124	163	126
Большой Урал	3543	3856	4072	4427	4654	3024	4704	5056	4167
Свердловская область	1160	1345	1355	1535	1624	975	1539	1608	1392
Республика Башкортостан	892	1028	1123	1169	1285	894	1394	1399	1148
Челябинская область	849	821	931	985	991	669	1046	1231	940

Макротерритория/ субъект	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Среднее
Пермский край	642	662	663	738	754	486	726	819	686
Западный Юг России	1927	1827	1771	2251	2619	2096	2697	2042	2154
Республика Крым	1626	1700	1591	2083	2380	1942	2480	1860	1958
Севастополь	301	127	179	168	240	155	218	182	196
Большой Кавказ	1370	1418	1449	1650	1753	1183	1883	2364	1634
Ставропольский край	849	977	1001	1080	1124	661	1083	1263	1005
Республика Дагестан	137	139	116	187	168	123	143	248	158
Кабардино-Балкарская Республика	105	107	123	127	162	93	168	205	136
Карачаево-Черкесская Республика	193	115	100	103	105	90	152	220	135
Республика Северная Осетия - Алания	49	43	53	70	86	91	177	220	99
Чеченская Республика	33	33	49	71	98	112	138	180	89
Республика Ингушетия	4	3	8	11	9	13	23	28	12
Русский Север и Арктика	1393	1325	1444	1573	1639	1132	1635	1786	1491
Республика Карелия	412	420	415	461	483	388	565	600	468
Вологодская область	412	382	455	502	477	282	372	465	418
Архангельская область	353	282	272	310	360	205	340	362	310
Мурманская область	216	240	302	300	320	257	357	360	294
Большой Алтай	1330	1259	1413	1477	1541	1032	1671	1834	1445
Алтайский край	661	611	694	691	727	495	709	817	676
Кемеровская область	486	440	554	586	587	387	683	671	549
Республика Алтай	183	209	165	200	227	150	279	346	220
Дальний Восток	1258	1203	1473	1488	1741	944	1373	1522	1375
Приморский край	959	895	1064	1108	1328	632	1018	1117	1015
Сахалинская область	166	189	261	218	248	195	212	225	214
Камчатский край	133	118	148	161	165	117	144	180	146
Байкал	1299	1059	1207	1305	1417	888	1291	1414	1235
Иркутская область	973	725	817	933	1009	610	878	924	859
Республика Бурятия	325	334	390	371	407	278	412	490	376
Русская Балтика	535	520	549	628	656	528	833	771	627
Калининградская область	535	520	549	628	656	528	833	771	627
Общий итог	48034	52240	59031	69076	73809	45949	64756	70767	60458

Источник: Составлено автором на основе Перечень туристских макротерриторий и входящих в них субъектов с учетом потенциала развития туризма в Российской Федерации <https://sudact.ru/law/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-24122021-n-2439/gosudarstvennaia-programma-rossiiskoi-federatsii-razvitie/prilozhenie-n-1/>

Данная тепловая карта сформирована по показателям убывания в разрезе макротерриторий и в составе каждой макротерритории, субъекты РФ

также представлены в порядке убывания значений показателя (красный цвет- максимальный поток, синий цвет- минимальный, между ними –среднее значение).

Как можно видеть из тепловой карты, наибольший поток туристов характерен для территории «Из г. Москвы в г. Санкт-Петербург» - средний туристский поток составил 21832 тыс. размещенных лиц в коллективных средствах размещения. При этом основными локомотивами данной территории выступают г. Москва (10427 тыс. чел.) и Санкт-Петербург (4622 тыс. чел.), а также Московская область (4095 тыс. чел.). Остальные территории – показывают туристский поток в диапазоне от 338 до 970 тыс. чел.

По степени убывания количества размещенных, во второй диапазон значений попадают макротерритории Восточный Юг России (8541 тыс. чел.), Большое Золотое кольцо (8015 тыс. чел.), Большая Волга (7941тыс.чел.) и Большой Урал (4167 тыс. чел.). При этом центрами туристского потока также выступают единичные территории:

1. Восточный Юг России: Краснодарский край – 7302 тыс. чел
2. Большое Золотое кольцо – Московская область – 4095 тыс. чел.
3. Большая Волга - Республика Татарстан (2064 тыс. чел), Нижегородская (1154 тыс. чел) и Самарская области (866 тыс. чел)
4. Большой Урал - Свердловская область (1392 тыс. чел) и Республика Башкортостан (1148 тыс. чел)

Туристский поток макротерритории западного Юга основывается на территории республики Крым 1958 тыс. чел из 2154 тыс. чел., а макротерритории Большого Кавказа в основном в Ставропольском крае (1005 тыс. чел из 1634 тыс. чел.).

При этом, анализируя контрастность цветовых шкал фактических данных, можно увидеть резкое снижение показателей в 2020 году – что обусловлено пандемией и ограничением перемещения и ростом в 2022 году

с еще более значительным дисбалансом количества размещенных туристов в составе каждой выделенной программой развития туризма макротерритории.

Данные свидетельствуют также о двух тенденциях, которые можно наблюдать в развитии совокупного турпотока в 2015-2022 годах: высокая дифференциация его размера по субъектам РФ, постепенное ее сокращение, и положительная динамика развития туристских потоков у подавляющего числа субъектов за наблюдаемый период.

Существенная дифференциация темпов прироста совокупного турпотока субъектов РФ очевидна: значение этого показателя колеблется от минимального уровня в 0,9% до максимального – 367,1% за 2015-2022 годы.

У некоторых субъектов РФ темпы прироста потока имеют отрицательное значение. Таким образом, можно утверждать, что становление и развитие туризма в субъектах РФ осуществляется с различной скоростью и поэтому их можно классифицировать на несколько сегментов.

Некоторые авторы предлагают разделить субъекты РФ в качестве туристских территорий на три группы: быстрорастущие (10,0-20,0% ежегодного увеличения турпотока), медленно растущие (1,0-5,0%) и стагнирующие. При этом под туристской территорией подразумевается территориальное образование, обладающее достаточными ресурсами, чтобы удовлетворить разнообразные туристские потребности.

Учитывая существенный разрыв между темпами роста совокупного турпотока, включим в предлагаемый интервальный ряд группы таких субъектов РФ, у которых происходит весьма значительный прирост потока туристов (ежегодно более 41%), и у которых отмечается достаточно стабильный их прирост (от 21% до 41%).

В соответствии с данным уточнением произведем интервальную типологизацию субъектов РФ, представив ее в табличном виде, предварительно определив по формуле среднеарифметической среднегодовой темп прироста потока туристов за 2015-2022 годы (табл. 1.10).

Таблица 1.10 – Группировка субъектов РФ по темпам прироста
совокупного туристского потока

Интервалы темпов прироста турпотока (%)	Субъекты Российской Федерации	Кол-во субъектов РФ
свыше 41% (стремительный рост)	Белгородская, Амурская, Пензенская, Магаданская, Еврейская области, Республика Ингушетия, Чеченская Республика	7
от 21% до 41% (высокий прирост)	Республики Башкортостан, Калмыкия и Тыва, Чувашская Республика, Приморский, Красноярский и Забайкальский края, Ленинградская, Орловская, Липецкая и Сахалинская области	11
от 10,1% до 20,0% (средний прирост турпотока)	Республика Крым, Карачаево-Черкесская Республика, Ямало-Ненецкий, Чукотский автономные округа, Московская, Владимирская, Ярославская, Калининградская, Ростовская, Саратовская, Тульская, Омская области, г. Севастополь	14
от 0,1% до 10,0% (медленно растущий турпоток)	Города Москва, Санкт-Петербург; Республики Татарстан, Алтай, Бурятия, Карелия, Мари Эл, Хакасия, Адыгея, Северная Осетия Алания, Саха Якутия, Калмыкия, Дагестан, Карачаево-Черкесская, Кабардино-Балкарская, Удмуртская Республики; Вологодская, Тюменская, Калужская, Астраханская, Кемеровская, Иркутская, Тверская, Оренбургская, Рязанская, Ростовская, Нижегородская, Волгоградская, Самарская, Костромская, Ивановская, Тамбовская, Томская, Брянская, Ульяновская, Мурманская, Псковская, Архангельская, Кировская, Курганская области; Ханты-Мансийский АО-Югра, Краснодарский, Алтайский, Пермский, Ставропольский, Хабаровский, Камчатский края	47
до 0,0% (сокращающийся турпоток)	Курская область, Ненецкий АО, Республика Мордовия	3

Источник: составлено автором

Расположение территориальных образований по степени прироста совокупного туристского потока за анализируемый период показывает, что основная масса этих субъектов формирует группу с относительно медленно растущим турпоток, то есть средним приростом, удельный их вес составляет 57,3% от их анализируемого общего количества. Удельный вес группы субъектов РФ с устойчиво высоким приростом потока составляет всего 13,4%.

География внутреннего туризма России охватывает практически всю страну, однако поток туристов покрывает территорию страны крайне неравномерно. В 2022 г. наиболее масштабные и интенсивные потоки приходятся на несколько регионов и мегаполисов. К ним относятся Московская область, Краснодарский край, Республика Крым, Ленинградская область, Республика Татарстан, Москва, Санкт-Петербург и ряд других территорий (рисунок 1.7).

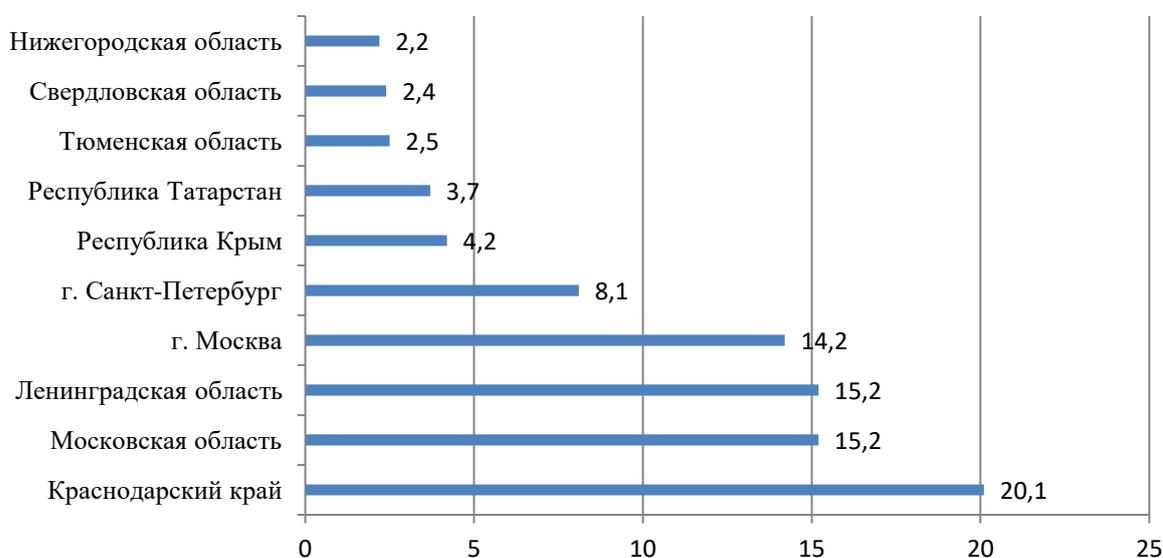


Рисунок 1.7 – ТОП-10 туристских направлений в России в 2022 году, кол-во турпоездок, млн. штук

Источник: составлено автором по данным [160]

На эти субъекты РФ и города федерального значения приходится около 64,0% всего внутреннего туристского потока, тогда как на остальные – всего 36,0%. Проблема неравномерного распределения туристского потока носит не только российский, но и мировой характер, который на глобальном уровне проявляется по странам с разным уровнем развития туризма в силу объективных обстоятельств, прежде всего, исторического характера, степени социально-экономического развития и обладания туристскими ресурсами. В российской практике планирования и управления туризмом его равномерное развитие и достижение повсеместно высоких темпов этого развития ставятся в качестве стратегических целей. По сути, определение таких целей не

является корректным, потому что не соответствует таким объективным фактам, как неравномерное географическое расположение туристско-рекреационных ресурсов по субъектам РФ, различие их потребительских свойств, несоответствие принципу историчности социально-экономического развития регионов (территорий). В силу этих факторов разница между наибольшими и наименьшими размерами туристских потоков субъектов РФ настолько существенна, что их сравнение является некорректным и по ним невозможно сделать содержательных выводов. Поэтому анализ динамики туристских потоков целесообразно проводить по заранее сформированным группам субъектов РФ в зависимости от размера потока туристов. В зависимости от степени региональной дифференциации совокупного туристского потока субъектов РФ в 2022 г. и, допуская некоторую условность границ, выделим следующие интервальные группы субъектов РФ:

- до 200,0 тыс. прибытий туристов (1-ая гр.);
- от 201,0 до 500,0 тыс. (2-ая гр.);
- от 501,0 до 1000,0 тыс. (3-ья гр.);
- от 1001,0 до 2000,0 тыс. (4-ая гр.);
- от 2001,0 тыс. до 3000,0 тыс. (5-ая гр.);
- от 3001,0 до 9000,0 тыс. (6-ая гр.);
- свыше 9001,0 тыс. прибытий (7-ая гр.).

Рассмотрим место субъектов РФ в 2022 г. в группах интервального ряда субъектов РФ по размеру турпотока и его изменение с 2015 г. по 2022 г. (таблица 1.11).

Таблица 1.11 – Ранжирование территориальных образований в группах интервального ряда по размеру турпотока в 2022 г.

Интервальный ряд субъектов	Список входящих в состав субъектов Российской Федерации	Характеристики
до 200,0 тыс. прибытий	Чеченская Республика, Республика Мордовия, Курская, Курганская, Новосибирская, Еврейская, Магаданская области, Ямало-Ненецкий АО (НАО), Республика Ингушетия, Республика Тыва,	Общее кол-во субъектов – 14 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 10 (71,42%)

Интервальный ряд субъектов	Список входящих в состав субъектов Российской Федерации	Характеристики
	Республика Калмыкия, Забайкальский край, Чукотский автономный округ, Ненецкий АО	
201,0 - 500,0 тыс. прибытий	Республика Коми, Республика Адыгея, Новгородская, Мурманская, Псковская, Архангельская, Орловская, Амурская, Пензенская, Кировская, Смоленская, Липецкая, Сахалинская области, Чувашская Республика, Республика Северная Осетия – Алания, Камчатский край, Республика Саха (Якутия)	Общее кол-во субъектов – 17 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 16 (94,11%)
501,0 - 1000,0 тыс. прибытий	Тульская, Ивановская, Томская, Брянская, Тамбовская, Омская, Ульяновская области, Красноярский, Пермский, Хабаровский края, республики Дагестан, Карелия, Марий Эл, Хакасия, Удмуртская Республика, Ханты-Мансийский АО – Югра, Кабардино-Балкарская Республика	Общее кол-во субъектов – 17 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 17 (100,00%)
1001,0 - 2000,0 тыс. прибытий	Калининградская, Свердловская, Иркутская, Тверская, Белгородская, Оренбургская, Рязанская, Ростовская, Нижегородская, Волгоградская, Саратовская, Самарская, Воронежская, Костромская области, Ставропольский край, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Бурятия,	Общее кол-во субъектов – 17 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 16 (94,11%)
2001,0 - 3000,0 тыс. прибытий	Тюменская, Калужская, Астраханская, Челябинская, Кемеровская области, г. Севастополь, Республика Башкортостан, Республика Алтай, Алтайский край	Общее кол-во субъектов – 9 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 9 (100,00%)
3001,0 - 9000,0 тыс. прибытий	Ленинградская, Владимирская, Ярославская, Вологодская области, Приморский край, республика Татарстан и Крым	Общее кол-во субъектов – 7 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 7 (100,00%)
свыше 9001,0 тыс. прибытий	Г. Москва, Краснодарский край, Московская область, г. Санкт-Петербург	Общее кол-во субъектов – 4 ед Кол-во (доля) субъектов, которые увеличили размеры турпотока – 4 (100,00%)

Источник: составлено автором

Как видно из данных таблицы, большая часть территорий (76,5% от их общего количества) по размеру совокупного турпотока расположена в пределах до 2,0 млн. прибытий и относительно равномерно сосредоточена в 4-х группах интервального ряда.

За наблюдаемый период практически все территории этой группы (90,8 %) увеличили внутренние туристские потоки. 23,5% субъектов РФ (10) по размеру совокупного турпродукта расположились в следующих 3-х интервальных группах: от 2001,0 до 3000,0 тыс. прибытий (9 субъектов), от 3001,0 до 9000,0 прибытий (7 субъектов) и свыше 9001,0 тыс. прибытий (4 субъекта). Применительно к последней группе, можно говорить о том, что рекреационная нагрузка данных территорий избыточна, что также подтверждается медленно растущим туристским потоком.

Складывающаяся тенденция позволяет две тенденции в области распределения туристского потока. Первая связана с проблемами чрезмерной нагрузки на туристские территории и их инфраструктуру, порождающей явление «сверхтуризма» или овертуризма, которое в значительной степени ухудшает качество жизни местного населения туристской территории.

Вторая тенденция, наоборот, заключается в недоиспользовании туристско-рекреационных объектов, в силу недостаточности финансовых возможностей поддержания материально-технического потенциала на уровне мировых стандартов, что в значительной мере снижает туристскую востребованность территорий.

Как уже было отмечено, ряд территориальных образований в полной мере ощутили воздействие избыточных туристских потоков в настоящее время, когда многие зарубежные страны закрыли свои границы для туристов из России. Ранее же регулирование туристских потоков на территории страны было направлено преимущественно на стимулирование роста туристских прибытий и расширение географии туризма. В этой связи возникает необходимость более детального исследования овертуризма и его влияния на социально-экономическое развитие территориальных образований.

ГЛАВА 2 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

2.1 Содержание и особенности технологических трансформаций в туризме

Как уже было отмечено, инновации, привносимые из высокотехнологичных, наукоемких отраслей экономики, превратили туризм XXI века в «умный туризм». Если в начале цифровизации туризма использование Интернета давало фирмам возможность получения дополнительных выгод от электронной коммерции, то в настоящее время это превратилось в необходимость. Преимуществом продавцов от онлайн присутствия во Всемирной паутине (англ. World Wide Web) является легкий, прямой, малозатратный доступ к целевым группам клиентов, доступность коммерческих предложений для любого интернет-пользователя из любого региона мира в любое время. Преимуществом покупателей является возможность самостоятельного, без посредников, планирования туристических поездок в условиях гораздо большей полноты информации, чем на традиционном рынке, быстрого сравнения предложений многих фирм и выбора наилучшего для себя варианта. Обе стороны рыночных отношений существенно экономят транзакционные издержки, пользуясь удобствами электронных заказов, бронирования, платежей, сделок купли-продажи.

Процесс практически любой технологической трансформации завершается переходом на новую качественную ступень экономического развития. В ходе глобальной экономической трансформации изменялись структура и масштабы всех рынков: рынка товаров, капитала и труда. Для современного этапа экономической трансформации характерно развитие под воздействием факторов научно-технологического содержания, которые, в первую очередь, влияют на содержание, структуру и масштабы рынка технологических изменений, поэтому в данном ракурсе виды трансформаций можно представить следующим образом: (рисунок 2.1).

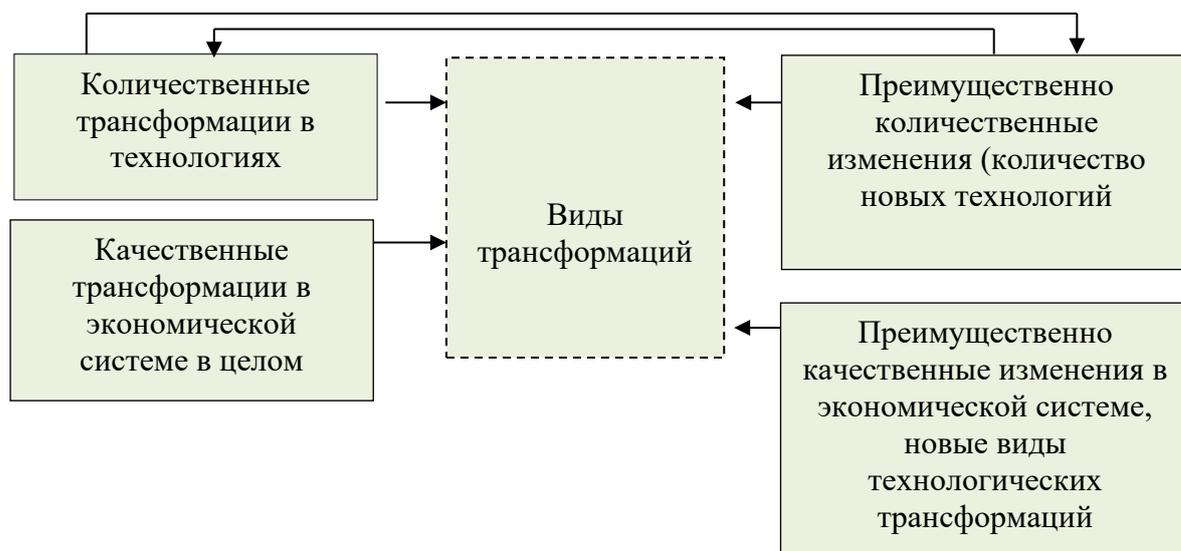


Рисунок 2.1 – Виды трансформаций

Источник: составлено автором

Следует отметить, что в XX-XXI вв. именно военно-промышленный комплекс дал толчок развитию новых технологий, стремительному росту вычислительной системы, которая удваивается каждые два года, а её стоимость снижается на 75% каждые 3 года. Конверсия военных технологий дала импульс для развития и ускоренного распространения других технологий – это мобильный интернет и облачные технологии, рост вычислительной мощности и «большие данные», новые технологии и источники получения энергии, интернет вещей, экономика совместного пользования и краудсорсинг, робототехника и автономный транспорт, искусственный интеллект, Индустрия 4.0 и 3D-печать.

Ускоренное развитие технологических трансформаций государством способно обеспечить «цифровой скачок» в стране. Опыт Сингапура представляется наиболее ярким примером подхода цифровой приватизации. В 2014 году государство инициировало разработку концепции «Smart Nation» с приглашением бизнеса и экспертного сообщества к сотрудничеству с целью её уточнения и дальнейшей реализации. Например, государство Южной Кореи способствовало тому, чтобы опорные компании начали самостоятельно инвестировать в прорывные цифровые технологии. Так, «SK Telecom» - один из крупнейших телеком-операторов страны намерен

инвестировать свыше 4 млрд. долл. США в технологии AI и «интернета вещей», для чего им планируется налаживание партнерств для развития новых технологий и привлечение местных стартапов с целью разработки точечных решений. Несмотря на большие перспективы развития туризма в целом, и внутреннего, в частности, экосистемы туризма также испытывают ряд проблем с конфиденциальностью, безопасностью и управлением данными. В туристском секторе экономики уже существует несколько технологических решений, таких как TripAdvisor, Яндекс.Путешествия, airbnb.com и т.п, которые обеспечивают прямой канал между поставщиками и потребителями, снижая зависимость от посредников. Эти инструменты приобрели популярность в последние годы, демонстрируя растущую важность электронного туризма для удовлетворения туристических потребностей.

Таким образом, трансформациям принадлежит ведущая роль в эволюционном развитии, как сферы туризма, так и любых других отраслей и видов деятельности. Влияние, которое имеют технологические трансформации на туристский сектор экономики, имеют глубокие методологические корни в проблематике исследования. В преобразовании деятельности практически всех систем и секторов сферы туризма, возникающих вследствие технологических трансформаций, непосредственно связаны особенности их формирования и функционирования.

В наиболее общем виде «трансформация» представляет собой как преобразование, изменение или просто переход. Что касается категории «технологическая трансформация», то, по нашему мнению, это последовательный процесс замены различных поколений техники, технологий, управленческих и организационных способов и методов ведения бизнеса в любой отрасли и сфере деятельности, включая и туризм. Следовательно, технологическая трансформация понятие более определенное, конкретизированное и гораздо более широкое, чем простое внедрение цифровых технологий в основные сектора организаций

туристского бизнеса, хотя они и присутствуют в бизнес-процессах. В этой связи технологическая трансформация в туризме представляет собой систему интеграции новых технологий в деятельность организаций, предполагающих кардинальные преобразования процессов формирования и распространения туристского предложения. Таким образом, технологические трансформации подразумевают, что формирование туристского продукта происходит под непосредственным влиянием реализации в нем новых технологий в управлении, функциональном обеспечении бизнес-процессов, реализации и продвижения туристского продукта. В то же время технологическая трансформация отражает коренные изменения цифровизации деятельности по организации производства комплекса туристских услуг. Применительно к сфере внутреннего туризма «технологическая трансформация» может быть представлена в виде перехода на новые формы ведения туристского бизнеса, в которых осуществляется перевод всех процессов формирования и реализации туристского предложения в цифровое пространство экосистемы. Данное положение подтверждено исследованиями, проводимыми ЕЭК (европейской экономической комиссией) по вопросам цифровизации, где отмечено, что технологические трансформации необходимы во всех сферах деятельности и на всех уровнях, должны быть прорывными, позволяющими существенно повысить эффективность их использования.

На рисунке 2.2 схематично представлен процесс технологической трансформации сферы внутреннего туризма. В процессе формирования технологической трансформации осуществляется переход от традиционных технологий ведения туристского бизнеса на новые, более качественные, предполагающие применение цифровых платформ и использование баз данных в цифровом формате, интегрированные под индивидуальные потребности потребителя, и обеспечивающие при этом устойчивое развитие сферы внутреннего туризма.

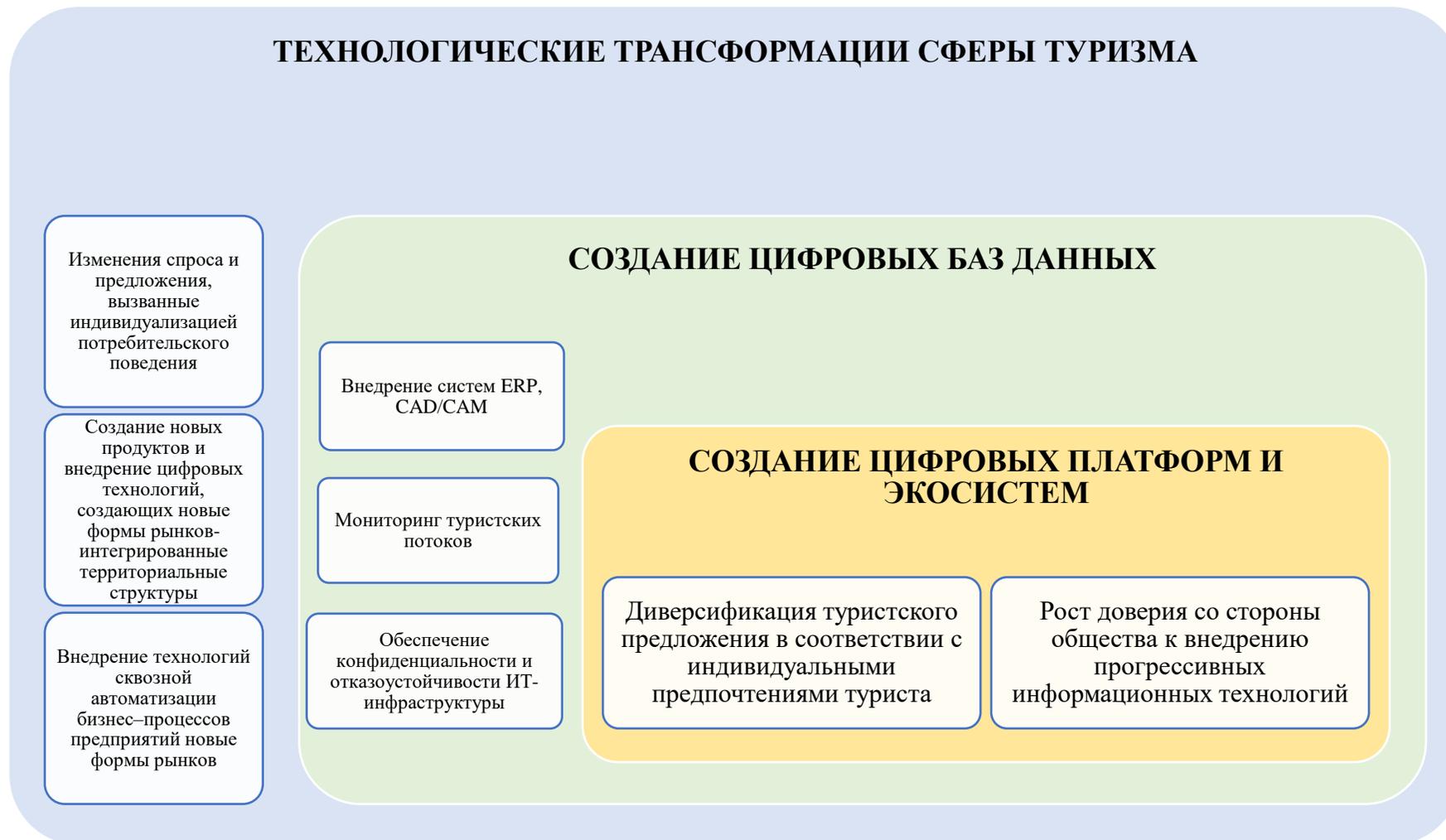


Рисунок 2.2 - Процесс формирования технологической трансформации системы внутреннего туризма.

Источник: составлено автором на основе Kontseptsiya_Tsifrovaya_transformatsiya_2030.pdf

https://www.rosseti.ru/upload/iblock/582/rajp59pvuvjsx5ztr38jjz2q98o8rkbd/Kontseptsiya_Tsifrovaya_transformatsiya_2030.pdf

Как уже было отмечено, технологические трансформации в сфере туризма протекают под влиянием массового внедрения новых цифровых технологий, роста масштабов, скорости и безупречной работы аналитических баз данных, сквозной автоматизация всех бизнес процессов, автоматизации учета, наращивания отказоустойчивой ИТ– инфраструктуры, реализации туристских услуг с помощью ERP, CAD/CAM технологий, являющихся действительно новыми и прорывными.

В данном ракурсе технологические трансформации, возможно, интерпретировать в качестве процессов, направленных на преобразование ряда технологий формирования и распространения туристского продукта, а также в качестве возможных способов перехода прорывных технологий в эффективный ресурс устойчивого развития туристско-рекреационного пространства. Методологически технологическая трансформация является драйвером социально-экономического развития, направленным на достижение устойчивого развития внутреннего туризма при широкомасштабном внедрении процессов цифровизации в основные его сегменты.

Однако, технологические трансформации не ограничиваются только внедрением цифровых технологий в основные бизнес процессы сферы туризма или установкой современных программных комплексов. Они в первую очередь связаны с фундаментальными изменениями к организации процессов управления, где происходит замена способов управления (к примеру, переход от одноконтурного управления к двухконтурному в интегрированных территориальных структурах), корпоративной культуры, форм и направлений взаимодействия субъектов хозяйствования в сфере туризма, коммуникационных связей, направленных на увеличение туристских потоков территориальных образований.

Процесс технологической трансформации подразумевает ряд этапов, основными из которых можно назвать следующие: (рисунок 2.3).

Первый этап перехода к технологическим преобразованиям предполагает формирование массива цифровых данных, то есть должна быть сформирована аналитическая база данных с возможностью ее реализации в туристском бизнесе с помощью цифровых технологий и ведения электронного учета.

Второй этап связан с инфраструктурными и управленческими трансформациями. Предполагает внедрение новых форм взаимодействия между участниками системы внутреннего туризма, например интегрированные территориальные структуры, способствующие совершенствованию инфраструктуры на основе использования новых форм управления.

На третьем этапе необходимо переформатирование каналов коммуникаций в сторону формирования цифрового пространства взаимодействия на основе цифровой платформы.

Завершающий *четвертый этап* – это непосредственный итог технологических трансформаций, предполагает перевод всех процессов формирования и реализации туристского предложения в цифровое пространство с помощью экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма.



Рисунок 2.3 – Этапы технологической трансформации системы внутреннего туризма

Источник: составлено автором на основе [Kontseptsiya_Tsifrovaya_transformatsiya_2030.pdf](https://www.rosseti.ru/upload/iblock/582/rajp59pvvjsx5ztr38jjz2q98o8rkbd/Kontseptsiya_Tsifrovaya_transformatsiya_2030.pdf)
https://www.rosseti.ru/upload/iblock/582/rajp59pvvjsx5ztr38jjz2q98o8rkbd/Kontseptsiya_Tsifrovaya_transformatsiya_2030.pdf

Технологические трансформации меняют бизнес – модели процессов создания продвижения и реализации туристского продукта, поскольку происходят прорывные изменения, приводящие к росту качества оказываемых туристских услуг, повышению их доступности для конечного потребителя с сохранением устойчивого направления в развитии туристских пространств.

На основе проведенного исследования, возможно, представить обобщенную модель технологических трансформаций для активизации туристского сектора, которая представляет интеграцию основных этапов, способствующих глобальному видению и основанную на использовании текущих и развивающихся цифровых технологий.

Модель включает в себя ряд структурных элементов, среди которых можно выделить (рисунок 2.4):

- цифровую составляющую;
- управленческую структуру;
- процессную структуру;
- инновационную структуру;
- цифрового туриста.

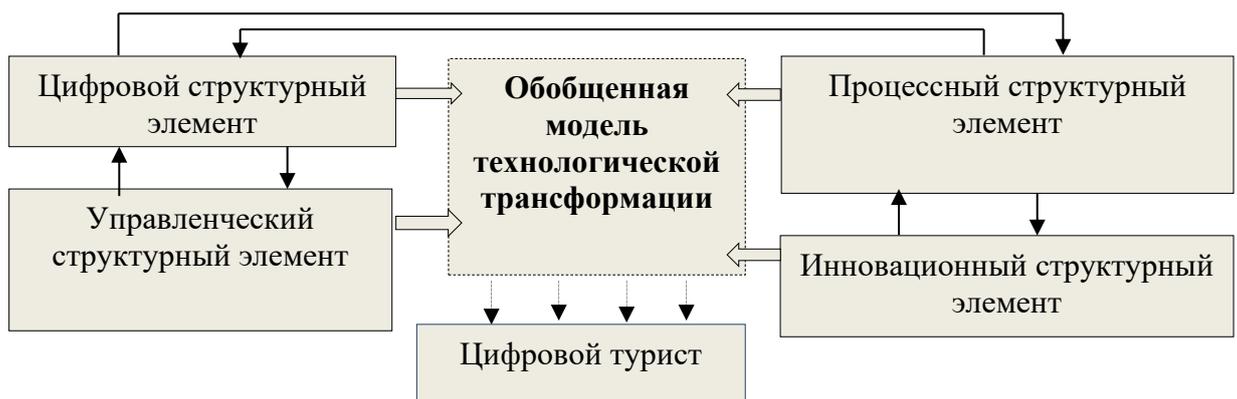


Рисунок 2.4- Обобщенная модель технологической трансформации

Источник: составлено автором

Рассмотрим подробнее структурные элементы представленной модели.

Цифровой элемент. Данная часть модели может включать в себя два аспекта: цифровую инфраструктуру и цифровые технологии. Цифровая инфраструктура направлена на обеспечение необходимой программно-аппаратной поддержки для цифровой трансформации туристского сектора, такой как серверы, сети и телекоммуникации, хранение данных и информационная база.

Аналогичным образом, поддержка больших объемов данных (Big Data) из различных источников позволяет получать неявные, оцифрованные и передаваемые знания для всех инстанций и служб технологической структуры. Системы знаний, основанные на искусственном интеллекте, позволяют оперативно принимать решения и внедрять трансформации в практическую деятельность в сфере туризма.

Посредством генерации цифровых технологий, как уже было отмечено, необходимо модернизировать туристский продукт. В настоящее время начинают применяться в туристском бизнесе технологии на основе использования машинного обучения в контексте с большими данными и прогностическим анализом, а также цифровые туристские продукты, такие как виртуальные экскурсии по объектам туристского показа. Данный структурный элемент модели связан с технологической поддержкой smart-туризма (цифрового), что предполагает связь с устойчивым развитием, эффективностью, конкурентоспособностью, способностью оперативно реагировать на потребности и особенности поведения туристов.

Управленческий структурный элемент модели должен содержать определенный комплекс нормативных документов, которые направлены на упрощение организации взаимодействия и интеграции внешней среды и туристов, повышение качества туристских услуг территориальных образований.

Управление в системе технологических трансформаций должно способствовать объединению поставщиков в сфере туризма на микро-и

макроуровнях с целью обеспечения эффективного распределения бонусов от туристской деятельности на местное население туристской территории.

Подобным образом данный структурный элемент способствует устойчивому развитию туристической территории в части планирования и реализации инвестиционных проектов, способствующих повышению туристских потоков, формированию доступного инновационного пространства. Управленческий элемент объединяет, таким образом, планирование туризма на территории с принципами устойчивости в цепочке внедрения новых технологических решений в предоставлении туристских услуг.

Процессный элемент представляет из себя многоступенчатую структуру, в которую входят цифровой маркетинг, информационно-коммуникационные процессы и IP-технологии, способствующие построению более эффективных коммуникационных каналов и платформ непосредственно с туристами. В числе таких каналов следует предусмотреть применение не только мобильных приложений и социальных сетей, но и варианты послепродажного цифрового обслуживания в системе единого цифрового информационного центра и электронной коммерции. В числе подобных каналов возможно применение омниканальной модели, интегрирующей в единую систему различные каналы коммуникации с туристами и позволяющей обеспечить круглосуточный доступ потребителя к туристскому предложению.

Инновационный структурный элемент направлен на организацию управления базовыми характеристиками туристского продукта с целью их переориентации в цифровой формат. Предлагаемые цифровые туристские продукты должны быть созданы с применением аналитической базы данных, позволяющей получать информацию, как о туристах, так и видах и формах услуг в туристском пространстве, аккумулируя при этом дополнительные выгоды от использования новых инновационных технологий.

Благодаря использованию в глобальной цифровой среде аналитики больших данных становится возможным построения прогнозных сценариев дальнейшего развития инновационных, персонализированных продуктов на цифровой платформе адаптивного управления.

Цифровой турист- это важнейший элемент технологических трансформаций, поскольку это человек, на которого непосредственно направлено воздействие цифровизации в сфере туристского бизнеса. Цифровой турист должен обладать навыками использования digital-технологий, умением применять онлайн-приложения, цифровые платформы и электронные системы, аккумулирующие прорывные технологические трансформации и цифровые технологии.

В настоящее время можно выделить следующие основные цифровые технологии, используемые в сфере туризма (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Основные цифровые технологии, применяемые в туристской деятельности

№№ п/п	Цифровые технологии	Назначения
1	Облачные вычисления (Cloud Computing)	С помощью облачных технологий можно получать почти неограниченный доступ ко всем вычислительным ресурсам (серверы, сети, приложения, хранилища и т.п.) при этом не требуется непосредственного контакта с провайдером
2	Big Data (большие данные)	Совокупность непрерывно увеличивающихся объемов информации одного контекста, но разных форматов представления, а также методов и средств для эффективной и быстрой обработки. С помощью этой технологии можно прогнозировать крупные затраты, выявлять риски для товаров или услуг, минимизировать срок принятия решений. Big Data также применяют в поведенческой экономике и управлении цепочками поставок;
3	Интернет вещей (Internet of Things, IoT)	Это множество физических объектов, подключенных к интернету и обменивающихся данными. Интернет вещей дает возможность отслеживать движение товаров, предоставлять удаленно услуги.
4	Технологии распределенных вычислений,	Способ решения трудоёмких вычислительных задач с использованием нескольких компьютеров, чаще всего объединённых в параллельную

№№ п/п	Цифровые технологии	Назначения
		вычислительную систему и применяемые для решения ресурсоемких экономических задач.
5	Искусственный интеллект	Система или машина, которые способны имитировать поведение человека для выполнения задачи, и обладают способностью обучаться на основе собираемой информации.
6	Блокчейн	Децентрализованные распределенные базы данных, каждая запись в которых надежно защищена от фальсификаций. Применяется, в частности, в транзакциях, заключении смарт-контрактов;
7	Криптовалюта	Виртуальная валюта, эмиссия которой основана на применении специальных криптографических алгоритмах.
8	3D моделирование и виртуальная реальность	Процесс создания виртуальных моделей, с максимальной точностью отражающие размер, форму, внешний вид объекта.
9	Цифровые двойники	Виртуальная модель реального объекта охватывающая жизненный цикл объекта и, а также данные в реальном времени для моделирования поведения и мониторинга операций.

Источник: составлено автором по данным [112, 194]

Следует еще добавить, что важную роль во внедрении цифровых технологий в освоении туристских ресурсов играют цифровые платформы и цифровые экосистемы, формирующие новые технологические решения для взаимодействия всех участников туристского рынка. Туристские компании в цифровых экосистемах имеют многочисленные преимуществ за счет расширения своей клиентской базы, увеличения объемов продаж и прибыли, обеспечив потребителям удобные цифровые коммуникации, получая новые конкурентные преимущества, позволяющих подходить к управлению в сфере туризма с позиций трансформаций глобальных экономических процессов.

2.2 Предпосылки внедрения цифровых трансформаций в систему внутреннего туризма

Новые реалии непосредственным образом сопряжены с развитием цифровой экономики, которая кардинально меняет модель функционирования большинства видов экономической деятельности, в том числе и социально-экономическую систему внутреннего туризма. Цифровая

экономика по своей природе не является отдельным видом деятельности, наоборот, она призвана создать основу для развития системы эффективного функционирования государственной экономики, социальной сферы, бизнеса и общества. Цифровая трансформация направлена на решение вопросов национальной безопасности, конкурентоспособности субъектов внутреннего туризма.¹⁴

Как было отмечено выше, внутренний туризм затрагивает все сферы деятельности современного общества, в том числе экономическую, культурную и социальную сферы государства. Большой стимулирующий эффект он оказывает на основные отрасли экономики, заставляя их активно перестраиваться, внедрять новые технологии, активно участвовать в конкуренции на мировом рынке и содействовать притоку инвестиций. Туристскую индустрию следует считать комплексобразующей отраслью, основывающейся на интегрированном использовании экономического, культурного и природного потенциала территории.

Внедрение цифровых технологий во внутреннем туризме и формирование новых профессиональных компетенций образуют проблемное поле, актуализирующее необходимость глубокого изучения и понимания этих процессов.

В сентябре 2019 г. Правительством РФ была принята Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. В ней основной упор сделан на внедрение цифровых технологий в процесс планирования развития туризма, в том числе внутреннего.

В условиях цифровой экономики формируются новые требования к информационно-коммуникационной среде, автоматизированным системам управления и платформам (цифровым сервисам). Формирование единого информационного пространства реализуется с учетом возникающих потребностей общества в получении качественных и точных сведений, ориентированных на социальную и экономическую сферы государства.

¹⁴ <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42702>

Информационное сопровождение индустрии внутреннего туризма представляет собой совокупность информационной базы данных о туристской деятельности и специализированных информационных технологий, предназначенных для ее обработки, которые обеспечивают эффективное функционирование системы внутреннего туризма.

Использование инструментов цифровизации дает туристу возможность в режиме реального времени самостоятельно выбрать туристское предприятие и гостиницу, найти необходимую информацию о туристском продукте, сопоставить цены на услуги, совершить покупку.

Внедрение цифровых технологий в индустрии внутреннего туризма формирует основные тенденции его развития, оказывая влияние на все составные части туристского продукта посредством снижения транзакционных издержек и повышения информированности пользователей цифровых сервисов.

Цифровая трансформация формирует предпосылки для повышения прибыльности внутреннего туризма, постепенного перехода в онлайн-сферу с соответствующим переключением финансовых потоков. Тенденции развития туристских информационных систем и сервисов указывают на их постоянно растущую роль на туристском рынке.

В контексте цифровой трансформации можно выделить следующие предпосылки в развитии внутреннего туризма, которые обуславливают необходимость проведения его трансформации:

1. Нематериальный характер туристского продукта;
2. Недостаточность процесса взаимодействия между субъектами туристского рынка;
3. Имидж и репутация в отношении продавца туристских услуг;
4. Наличие конкуренции между средними и малыми компаниями туристского бизнеса;
5. Сезонность в осуществлении туристской деятельности;

6. Пространственно-экономическая разобщенность субъектов туристской деятельности, нарушающая процессы управления внутренним туризмом;

7. Комплексность и системность в сфере туризме характеризуется результатом эффективной работы всех предприятий и организаций, занятых в производстве турпродукта, включая органы государственной власти и местные сообщества (заинтересованные стороны).¹⁵

В объединении данных всех участников, формирующих продукт внутреннего туризма, немаловажную роль могут сыграть и большие данные (big data). В России осенью 2018 года была создана Ассоциация больших данных (АБД), членами которой являются: «Яндекс», VK, «Сбербанк», «Газпромбанк», «Тинькофф Банк», «МегаФон», «Ростелеком», oneFactor, QIWI, билайн, «МТС», Фонд «Сколково», Аналитический центр при Правительстве РФ, «Банк ВТБ», Центр стратегических разработок (ЦСР).¹⁶

Разработанное пакетное решение СберАналитика позволяет накапливать и анализировать три основных показателя, характеризующих экономику внутреннего туризма - количество посетителей за сезон, средний чек в день и средняя продолжительность пребывания. Сводные данные о запросах туриста во время отпуска помогают региональному бизнесу и местным властям понять, как и за счёт чего привлечь гостей и поддержать их комфортное пребывание как можно дольше.¹⁷

Сервис СберАналитика с помощью анализа обезличенной информации, машинного обучения и передовых механизмов визуализации данных создаёт продукты для бизнеса и госсектора. Полученный на выходе аналитический отчёт помогает составить картину поведения потребителя.

¹⁵ <https://cyberleninka.ru/article/n/platformizatsiya-kak-instrument-upravleniya-tsifrovoy-transformatsiey-v-sfere-turizma>

¹⁶ <https://rubda.ru/assoziacziya/ob-assoziaczii/>

¹⁷ <https://sber.pro/publication/turisticheskii-barometr-kak-dannye-pomogut-razvivat-turizm>

На основании обезличенных данных по оплатам туриста, дополненных данными остальных участников цифрового сервиса, можно формировать платформенный подход к цифровой трансформации туристской индустрии.¹⁸

В наиболее общем виде под платформенным подходом к цифровой трансформации туристской индустрии понимаются процессы формирования рынков товаров и услуг на основе трансформации видов туризма и его сегментов на основе использования инновационных технологий, дающих возможность вовлечения заинтересованных сторон в единое информационное пространство. Таким образом, платформа предлагает своим участниками единое цифровое пространство, где могут встретиться продавец с покупателем для того чтобы оформить сделку, оценить надежность партнеров по операции; продавец с другими продавцами для поиска партнерств и совместного создания ценностей.¹⁹

В России, Ассоциация больших данных разрабатывает проект цифрового профиля туриста, который позволит повысить эффективность туристической инфраструктуры.

Еще одной предпосылкой внедрения цифровых трансформаций в сферу внутреннего туризма является система, так называемых, обезличенных данных. С помощью обезличенных данных от телекоммуникационных компаний, банков, операторов фискальных данных, перевозчиков, туроператоров, социальных сетей и сайтов с отзывами ассоциация планирует определять потребности туристов в том или ином регионе и выявлять их нереализованный спрос (рисунок 2.5).

¹⁸ <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/433402486.pdf>

¹⁹ <https://cyberleninka.ru/article/n/platformizatsiya-kak-instrument-upravleniya-tsifrovoy-transformatsiey-v-sfere-turizma>

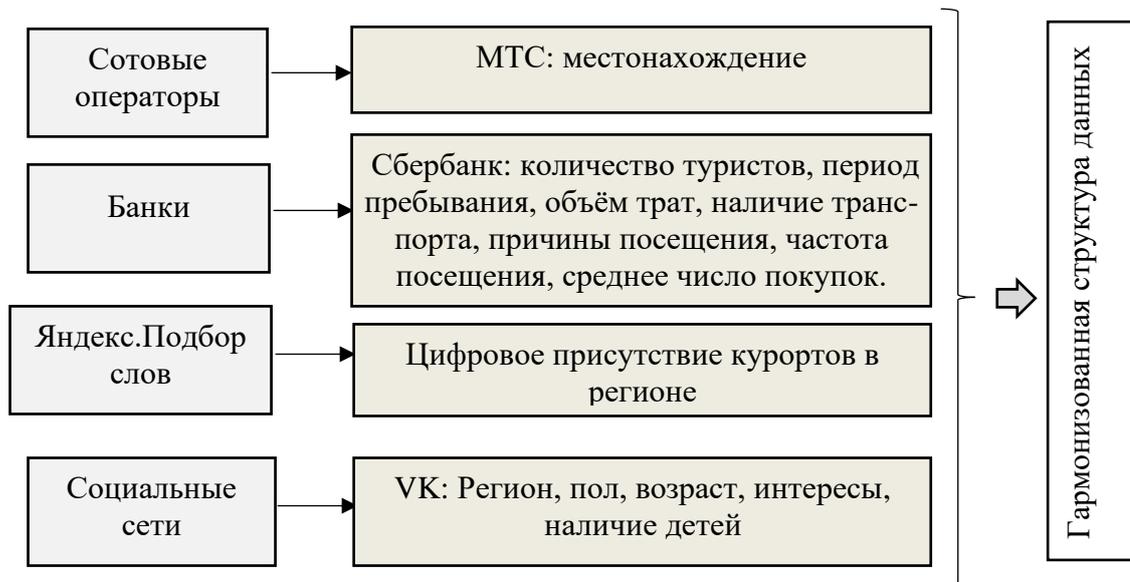


Рисунок 2.5 – Источники и структура данных о потенциальных туристах

Источник: составлено автором на основе данных Как сегментировать целевую аудиторию туристского рынка <https://ru.russia-promo.com/rmaa-group/blog/travel-market-segmentation-2019-ru>

Источниками данных о потенциальных туристах в рамках цифрового портрета туриста выступают:

- Сотовые операторы — МТС — Местонахождение;
- Банки — Сбербанк — количество туристов, период пребывания, объём трат, наличие транспорта, причины посещения, частота посещения, среднее число покупок;
- Яндекс. Подбор слов — Команда — Цифровое присутствие курортов в регионе;
- Социальные сети — VK — регион, пол, возраст, интересы, наличие детей.

Здесь особое внимание уделяется обезличенным данным банковского сектора, поскольку именно они видят, на что тратят средства путешественники, а именно, какие направления выбирают, в каких категориях отелей готовы размещаться и многое другое. Эти данные позволяют государству и бизнесу понять, как развивать те или иные

территории - в части транспортной инфраструктуры, гостиничного сегмента, индустрии развлечений и общепита.

Анализ полученных объединенных данных как предпосылка внедрения цифровых трансформаций в туристскую сферу позволяет:

1. Провести оценку объема потенциальной целевой аудитории и автоматическую разбивку её на группы по местоположению, полу, возрасту, семейному положению, наличию детей, интересам и доходу. Целевые группы могут использоваться для создания и настройки таргетинга.

2. Определить уровень осведомленности и заинтересованности потенциальной аудитории. Это позволяет создавать релевантное содержание рекламных сообщений согласно модели иерархии воздействия, построить эффективную маркетинговую и продуктовую стратегии привлечения туристов на курорты России, основываясь на анализе «цифрового следа».

3. Оценить объем потенциальной аудитории, заинтересованной в туристических услугах по регионам.

4. Визуализировать данные в виде карт и списков для более удобной и эффективной работы с аудиторией.

Анализ визуализированных данных, в свою очередь, выступает одним из инструментов управления туристской деятельностью, поскольку данный цифровой сервис предоставляет возможность эффективного управления посредством комбинации данных, полученных сервисом с данными из открытых источников, что позволяет формировать стратегию развития и продвижения услуг внутреннего туризма. Кроме того, он способствует повышению доступности услуг внутреннего туризма, так как регион может определять целевую потенциальную аудиторию и адресно предлагать свои туристские услуги под конкретную целевую аудиторию, тем самым повышая информированность и доступность.

На основании сформированного цифрового портрета туриста, как составной части технологической трансформации, появляется возможность повысить информированность и создать более интересное предложение для

туристов, которые вынуждены из-за системы санкционного давления отдыхать в России, а также мотивировать оставаться отдыхать внутри страны тех, кто привык ранее выезжать за рубеж.

Повышение доступности услуг внутреннего туризма может быть реализовано также посредством омниканальной системы обслуживания, которая также является одной из предпосылок цифровизации в туристской сфере.

Омниканальность заключается в варьировании каналов доступа в систему с идентификацией и сохранением истории запросов и пользовательских настроек. В первую очередь омниканальная система призвана обеспечить удобство потребителя, позволив ему получить все услуги в одном месте, используя различные каналы.

Практическая реализация омниканального подхода позволит интенсифицировать реализацию турпродукта, повысить доступность услуг и обеспечить круглосуточный доступ потребителя к предложению. Использование принципа омниканальности в системе регионального значения определяется, как правило, особенностями потребительского поведения туристов. Так, согласно анкетному опросу, проведенному в ходе настоящего исследования, было выявлено, что потребительские сегменты используют различные каналы приобретения и подбора услуг. 62 % респондентов сообщили, что предпочитают бронировать номера в объектах размещения посредством сети Интернет, остальная часть напротив осуществляет бронирование лично, через доверенное лицо или турагентство. Бронирование авиабилетов без использования сети Интернет осуществляют только 25 % опрошенных туристов.

Преимущественное большинство пользователей электронных систем выделяют следующие параметры, определяющие выбор того или иного онлайн сервиса:

- удобство сайта;
- объем предоставленной нужной информации;

- отсутствие ненужной информации;
- качественный контент;
- высокая скорость при загрузке ресурса.

При этом доступность информации об определенной туристской территории в различных электронных источниках была в среднем оценена как «удовлетворительно» со средним баллом 3,5 по 5-тибалльной шкале. Кроме того, потенциальная аудитория, в большинстве случаев, включает сегменты всех возрастных категорий, начиная от подросткового и заканчивая сегментом пенсионного возраста. В этом случае целесообразно сохранить возможность приобретения туристского продукта офлайн, не навязывая электронные услуги неподготовленным потребителям. Для осуществления плавного перехода аудитории в электронное пространство и достижения омниканальности предлагается предоставить доступ к региональной платформе туристским агентствам из регионов страны.

Аналитические данные в практическом исследовании показывают, что значительную часть туристской аудитории составляют люди, предпочитающие традиционные способы приобретения турпродукта. Омниканальная система интеграции позволит сохранить данную нишу. Удаленные офлайн точки доступа в электронную систему обеспечат наиболее полное покрытие потенциального потребительского сегмента. Кроме того, подобным образом будет осуществляться знакомство офлайн-аудитории с возможностями системы с перспективой перехода в онлайн в последующем, что практически затруднено при многоканальной, то есть разрозненной системе приобретения турпродукта (таблица 2.2).

Из представленной таблицы наглядно видно, что омниканальная система обладает рядом преимуществ, в числе которых можно выделить такие как:

-клиентоориентированность, позволяющая более детально учитывать желания покупателя на разных стадиях приобретения туристского продукта;

- гибкость, то есть возможность удовлетворения потребностей потенциальных туристов на различных коммуникационных платформах;
- удобство, поскольку коммуницировать с целой системой гораздо удобнее, чем с каждым из каналов в отдельности.

Таблица 2.2 – Возможности мультиканальной и омниканальной систем приобретения туристского продукта как предпосылки цифровой трансформации туристского бизнеса

Параметры сравнения	При мультиканальной системе	При омниканальной системе
Выбор канала	Выбор канала приобретения турпродукта определяется только из определенного списка возможных каналов коммуникации	Позволяет туристу использовать те каналы, которым он отдает предпочтение
Стадии доступа потребителя к покупке турпродукта	Возможность коммуникации на разных стадиях приобретения турпродукта отсутствует, поскольку каналы разрознены.	Наличие коммуникационного доступа на любой стадии принятия решения о покупке туристского продукта
Удобство потребителя турпродукта	Получение различных услуг разрозненно, так как каналы приобретения сформированы каждый по отдельности	Наличие возможности получать все услуги в одном месте, поскольку каналы интегрированы в единую систему

Источник: составлено автором на основе Стратегия омниканальности, мультиканальности и кросс-канальности: какая эффективнее <https://mymarilyn.ru/blog/marketing/multikanalnost-omnikanalnost-kross-kanalnost-kak-effektivno-upravlyat-mnozhestvom-kanalov/>

Можно сказать, что омниканальность - это консолидация онлайн и офлайн каналов коммуникации в единую систему.

Омниканальный подход в туризме направлен на использование собранных данных о потребителях, построение взаимоотношений между представителями сферы туризма и потенциальными туристами, совершенствование качества обслуживания вне зависимости от канала связи.

Учитывая специфику туристской деятельности и масштабы разрабатываемой системы, стоит в определенной степени трансформировать омниканальную систему, используемую в современном ритейле, разделив каналы на 2 уровня. В первый уровень следует выделить каналы, которые

непосредственно задействованы в коммуникации при формировании турпродукта. Каналы первого уровня представляют собой оптимальный набор каналов для достижения омниканальности предлагаемой системы. На второй уровень отнесены каналы сопутствующего назначения, их задачей является повышение общей осведомленности потенциального потребителя о возможностях туристского региона и электронной системы, в частности. Данные каналы призваны стимулировать интерес к туристским объектам и оказать поддержку при конечном выборе направления.

Не последнюю роль при приобретении тура играет и процесс оплаты. Наличие защищенной системы взаиморасчетов во многом определяет эффективность отношений между субъектами рынка. Низкий уровень доверия потребительских сегментов электронным системам, как один из факторов сдерживания развития электронной коммерции, часто определяет оперативность совершения сделки и общую удовлетворенность потребителя процессом. В этой связи представляется возможным и необходимым дополнить совокупность каналов, включив в перечень элементов первого уровня «Платежные системы».

Схематично омниканальное взаимодействие внутри региональной туристско-рекреационной системы в целях формирования персонализированного туристского предложения с разделением коммуникационных каналов представлено на рисунке 2.6.



Рисунок 2.6 – Структурное взаимодействия в рамках формирования персонализированного туристского предложения с точки зрения омниканального подхода

Источник: составлено автором

Таким образом, омниканальное взаимодействие можно представить в виде определенной системы, которая интегрирует в себе многочисленные каналы коммуникации, в целях сбора и накопления информации о взаимосвязи с потребителями, её обработки и последующего формирования персонализированного клиентоориентированного туристского предложения.

Как видно из рисунка 2.6, наличие параллельно функционирующих каналов взаимодействия позволяет потенциальному туристу получить информацию или услугу, а также отслеживать статус выполнения запроса через любой из доступных каналов вне зависимости от того, через какой из них было осуществлено первичное обращение. Именно омниканальность обеспечивает связь воедино всех электронных и физических коммуникаций потребителя и поставщика туристских услуг, формируя электронный личный кабинет с историей обращений, личными настройками и прочим функционалом. То есть омниканальность – это еще и ориентация на клиента как на центр каналов продаж. Использование предложенного омниканального подхода обеспечивает ориентированность на туриста, устанавливая более прочные взаимоотношения между сторонами. Главными стратегическими целями построения омниканальности в туристско-рекреационном комплексе регионального масштаба, как предпосылки трансформации туризма, являются:

- создание условий для реализации населением своих прав на туризм и рекреацию;
- развитие эффективно функционирующего инновационного рынка туристских услуг;
- усиление отраслевого оснащения электронными инструментами коммуникации в рамках федеральной программы формирования цифровой экономики;
- последующее продвижение туристских регионов посредством возможностей сети Интернет и цифровых технологий.

Стоит отметить, что внешнее продвижение туристских регионов является немаловажной задачей омниканальной системы. Посредством функционирования электронной платформы достигается формирование двух форм маркетинга: активного и пассивного. Активный маркетинг заключается во внешнем позиционировании системы под руководством государственных органов власти, а также продвижении своих услуг участниками в границах системы. Пассивный маркетинг формируется в процессе реализации туристских услуг и основан на получении впечатлений и закреплении в сознании пользователей образа системы как удобного и надежного средства приобретения туристских услуг.

Понимание особенностей туристского спроса и источников его формирования на каждой конкретной туристской территории и персонального предложения для каждого потенциального туриста с учетом данных множества источников, внедрение данного цифрового сервиса позволяет:

1. Составить эффективную маркетинговую стратегию по привлечению туристов на основе анализа социальных сетей и истории его путешествий.
2. Эффективно таргетировать туристический поток потенциальных туристов из других регионов за счёт сегментации профилей туристов с предоставлением наиболее удобной формы оформления заказа.
3. Увеличить заполняемость номерного фонда и посещаемость туристических объектов.
4. Повысить индекс цифрового присутствия региона в интернете.
5. Увеличить количество посещений отраслевых сайтов.

Особенности цифровой трансформации внутреннего туризма обуславливают высокую степень взаимодействия экономических субъектов туристической сферы, которую должен обслуживать цифровой сервис. Для устойчивого развития индустрии туризма необходима выработка стратегии

повышения вовлеченности всех заинтересованных сторон в процесс цифровой трансформации.

Переход в цифровое пространство повышает скорость и качество обмена информацией, снижает транзакционные издержки взаимодействия, повышает производительность труда и устраняет посредников. Учитывая текущую неопределенность в беспрепятственном функционировании международного туризма, ориентацию руководства страны на поддержку внутреннего туризма, а также постоянно растущую конкуренцию как внутри страны, так и за ее пределами — развитие цифровой составляющей этой сферы экономики для улучшения ее качества и снижения издержек представляется наиболее целесообразным. Внедрение цифровых сервисов в управлении цифровой трансформацией обуславливает переход к сетевому сервисному взаимодействию (в противовес традиционной кооперации), как основы цифровизации в сфере туризма. Это справедливо как для уровня отдельных субъектов внутреннего туризма, так и индустрии внутреннего туризма в целом. Причем здесь важным выступает определение и формирование функционала цифрового сервиса, обновление требуемых компетенций, а также анализа существующей инфраструктуры внутреннего туризма, ориентированного на новый уровень развития.

2.3 Методические положения по формированию системы мониторинга и диагностики овертуризма в условиях технологических трансформаций

Проблема своевременного получения достоверной информации в условиях технологических трансформаций имеет большое значение при реализации системного подхода к регулированию туристских потоков. В значительной степени ее решение основывается на организации системы мониторинга. Наличие подобной системы выступает важным инструментом

действенного механизма, направленного на совершенствование управления развитием внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций.

Цель создания системы мониторинга туристских потоков состоит в регулярном сборе ключевых показателей для определения изменений, происходящих в структуре потоков, выявлении альтернативных точек притяжения, а также определения допустимой нагрузки в пределах пропускной способности туристской инфраструктуры территориального образования. Формирование такой системы позволяет постоянно отслеживать меняющиеся потребности туристов, выявлять и анализировать тенденции развития туризма территорий, разрабатывать и реализовывать программу действий, направленную на нивелирование негативных факторов в развитии туризма и его управления.

В настоящее время в России система мониторинга туристских потоков еще окончательно не сформирована и представляет собой лишь разрозненные фрагменты ее функционирования. Не определены структурные элементы методической базы мониторинга в части процесса формирования информационно-аналитической базы данных и прогнозирования туристских потоков региона. Дискуссионными остаются вопросы определения взаимосвязи влияния туристского потока и устойчивого развития туристских территорий, где базовым индикатором является показатель овертуризма.

Формирование методических рекомендаций по проведению мониторинга туристских потоков предполагает в первую очередь уточнение ряда категорий и терминов. В научном дискурсе понятие «мониторинг» появилось в XX веке для определения системы целенаправленных повторяющихся наблюдений за одним или более элементами окружающей среды в пространстве и времени. В широком смысле, мониторинг (от лат. *monitor* – предостерегающий) это деятельность по наблюдению за определенными объектами или явлениями.

Понятие экономического мониторинга рассмотрено в работах Рубцовой Н. В. [161], Капли Д.Н. [98], Рисина И.Е. [157], и ряда других

ученых. Обобщая представленные понятия, под мониторингом понимается постоянно функционирующая система исследования (наблюдения) и оценки (диагностики) с целью выявления состояния конкретных региональных проблем и тенденций развития. Анализ представленных понятий позволил сформулировать определение мониторинга в отношении регулирования туристских потоков.

Под системой мониторинга регулирования туристских потоков понимается система непрерывного наблюдения, оценки и прогнозирования изменений, происходящих в структуре потоков, проработки турпродуктов с учетом востребованных мест и продолжительности поездок туристов, а также определения допустимой нагрузки в пределах пропускной способности туристской инфраструктуры региона. В этой связи одной из главных задач мониторинга туристских потоков является создание надежной и объективной основы для выработки целенаправленной государственной политики регулирования экономического развития региональной туристской сферы и для определения приоритетов ее развития.

В ходе мониторинга происходит выявление определенных закономерностей, например, в сезонности загрузки средств размещения, увязке туристского спроса с набором прогностических параметров, формирующих причинно-следственные связи системы регионального управления.

Необходимость формирования системы мониторинга обусловлена также и тем, что эффективное управление развитием внутреннего туризма не может быть достигнуто без реальной и объективной оценки существующих тенденций, развития цифровых технологий. В этой связи, мониторинг туристских потоков может быть определен, как динамичная система данных и их исследований, основной целью анализа которых выступает информационно-аналитическое обеспечение процесса развития и управления туризмом в территориальном объединении. Изучение имеющихся работ по проблемам организации мониторинга эффективности системы регулирования

туристских потоков позволяет сделать вывод о том, что они направлены в основном на теоретическую проработку основных аспектов, то есть не прошедших апробацию в практической деятельности на конкретном примере определенного туристско-рекреационного пространства. Поскольку мониторинг представляет собой информационно-аналитическую систему, позволяющую обеспечить субъектов туристской индустрии достоверной информацией о движении туристских потоков, соответствовать общей концепции пространственно-ориентированного развития территориальных субъектов в отношении сбалансированности ключевых компонентов, следовательно, она должна обладать базовым набором методических требований к ее построению, то есть иметь определенную цель, задачи, принципы и т.п.

Объектом мониторинга, как определено, выступают туристские потоки, представляющие собой совокупность внутренних туристских потоков как въездного, так и выездного характера.

Комплекс задач мониторинга в данном аспекте исследования можно представить следующим образом:

- организация процесса наблюдения, направленного на выявление аналитической базы данных о возможных передвижениях совокупного туристского потока, отражающего степень реализации туристского потенциала региона, а также нагрузки на окружающую среду, и перспективы дальнейшего развития внутреннего туризма;
- выявление возможной возникающей нагрузки на туристские территории вследствие неравномерного распределения туристского потока;
- прогнозирование и моделирование спроса на рынке внутреннего туризма определенного туристского региона, ориентированного на совершенствование системы управления регионального туризма;
- подготовка рекомендаций относительно регулирования туристских потоков на основе современных цифровых технологий, позволяющих дать оценку чрезмерной нагрузке на туристскую территорию.

Методологическая база построения мониторинга туристских потоков предполагает в качестве структурных элементов исследование следующих аспектов: методические, информационно-аналитические, регулятивные и ресурсные аспекты системы мониторинга (рисунок 2.7).



Рисунок 2.7 – Система мониторинга туристских потоков
Источник: составлено автором

Роль мониторинга туристских потоков определяется его функциями, состав которых представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Функции мониторинга туристских потоков

Функции мониторинга	Характеристика
Организационно-методическая	Определение состава исследуемых объектов, методов сбора и системы показателей
Информационная	Формирование информационной базы, в разрезе необходимых параметров для целей диагностики и анализа динамики изменений объекта мониторинга
Аналитическая	Выявление причин и факторный анализ изменений анализируемых показателей
Коммуникационная	Передача результатов анализа заинтересованным субъектам мониторинга

Источник: составлено автором

Таким образом, система мониторинга туристских потоков представляет собой сложную систему, позволяющую осуществлять наблюдения за процессами положительных и отрицательных изменений ключевых показателей экономической и социальной эффективности туристской деятельности в регионе. С учетом результатов мониторинга принимаются решения о распределении ресурсов и корректировке программ развития внутреннего туризма региона исходя из актуальных трансформационных процессов.

Как уже было отмечено ранее, внутренний туризм – это сложный социально-экономический процесс, представляющий собой функционально-территориальную систему, в рамках которой реализуются интересы социального, экономического, экологического, цифрового и пр. характера, а также удовлетворяются соответствующие потребности. В этой связи необходима достоверная информация, отражающая как положительные, так и отрицательные технологические трансформации в системе развития внутреннего туризма. В результате на

уровне административно-территориальных единиц возникают проблемы, связанные с отсутствием достоверной информации по всему потоку туристов, необходимой для обоснования стратегических и тактических целей развития туризма и долго- и среднесрочного его прогнозирования.

Особенно важна полная и достоверная информация о туристских потоках для социально-экономического обоснования параметров региональных целевых программ и определения их реального ресурсного обеспечения: материального, финансового, трудового, мотивационного и институционального. Прошлые аналогичные программы разрабатывались на базе данных, не обладающих требуемой точностью, что не давало возможности реализовать их в полном объеме. Отсутствие достоверных данных о размере агрегированного туристского потока и его структуре не позволяет своевременно принимать управленческие решения по развитию коммунальной, транспортной и социально-экономической инфраструктуры туристских территорий.

Вместе с тем система мониторинга необходима также и для совершенствования процесса управления и принятия решений координирующими структурами. Также его можно использовать в качестве инструмента контроля за исполнением программ и стратегий регионального развития туризма.

Цель создания системы мониторинга туристских потоков состоит в регулярном сборе ключевых показателей (индикаторов) для определения трансформаций, выявлении альтернативных точек притяжения, проработки турпродуктов с учетом востребованных мест и продолжительности поездок туристов региона, то есть для оценки результативности развития внутреннего туризма.

Как видно из представленной системы мониторинга важнейшим ее элементом является информационно-аналитическая база данных (ИАБД), которую в наиболее общем виде, возможно, представить в виде следующих блоков: (рисунок 2.8)



Рисунок 2.8 – Формирование ИАБД в системе мониторинга туристских потоков

Источник: составлено автором

Методическая база мониторинга базируется на объеме полученной информации, способах и методах его проведения, а также на нормативно-правовом обеспечении (таблица 2.4). Создание нормативно-правового обеспечения мониторинга является важным основанием его эффективного функционирования. Оно определяет периодичность проведения мониторинга, источники необходимой информации, порядок взаимодействия между элементами системы.

Другой немаловажной составляющей системы мониторинга является определение источников необходимой информации, перечня показателей и критериев оценки проведения мониторинга, которые будут составлять критериально-диагностический аппарат мониторинга, способов получения

данных и форм их хранения.

Таблица 2.4 – Структурные элементы методической базы мониторинга

Состав методической базы	Исследование
Аналитическая база данных	<ul style="list-style-type: none"> -статистика государственных и муниципальных органов управления; -статистическая информация Федеральной миграционной службы; -исследования туристского рынка в разрезе муниципалитетов; -научные разработки на основе методов математического моделирования;
Объекты мониторинга	<ul style="list-style-type: none"> - динамика туристских потоков в территориальных образованиях; -туристско-рекреационная нагрузка; -влияние туристских потоков на устойчивое развитие туристских территорий.
Методическое и нормативно –правовое обеспечение мониторинга	<ul style="list-style-type: none"> -система показателей и критериев оценки неравномерности туристских потоков; -методы скользящей средней с построением линий трендов в прогнозировании турпотоков территории; -методы диагностирования овертуризма территорий

Источник: составлено автором

Следует отметить, что система мониторинга включает в себя в качестве базового элемента адаптационно - функциональную модель, формирование которой направлено на определение степени влияния туристско-рекреационной нагрузки на территорию и ее инфраструктуру. Адаптационно-функциональная модель мониторинга эффективности системы межотраслевого регулирования туристских потоков представлена на рисунке 2.9.



Рисунок 2.9 – Адаптационно-функциональная модель системы мониторинга туристских потоков (АФММ)

Источник: составлено автором

Анализ диагностики системы показателей в адаптационно-функциональной модели мониторинга дает возможность провести диагностику овертуризма, выявить влияние туристских потоков на устойчивость туристской территории. Кроме того АФММ логически предполагает процессы прогнозирования туристских потоков с помощью математических моделей и методов, дающих возможность выявить прогнозные сценарии развития туристского потока на уровне региона.

Как видно из представленной модели, диагностика овертуризма является важнейшей целью реализации Адаптационно-функциональной модели в системе мониторинга туристских потоков в условиях технологических трансформаций. Диагностика овертуризма, как и любого

другого объекта, процесса или явления, заключается в определении и изучении его отличительных признаков с целью оценки и предотвращения негативных последствий для туристских территорий.

Проведем диагностирование овертуризма для субъектов интервальной группировки, полученной по данным Тепловой карты, исходя из темпов прироста совокупного туристского потока, представленных в таблице 2.5

Таблица 2.5 – Список субъектов территориальных образований для диагностирования овертуризма

Интервалы темпов прироста турпотока (%)	Рассматриваемый субъект Российской Федерации
свыше 41% (стремительный рост)	Белгородская область
от 21% до 41% (устойчиво высокий прирост)	Республика Калмыкия
от 10,1% до 20,0% (средний прирост турпотока)	Московская область
от 0,1% до 10,0% (медленно растущий турпоток)	Краснодарский край

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

Как уже было отмечено, указанные территориальные образования в полной мере ощутили воздействие туристских потоков в настоящее время, когда многие зарубежные страны закрыли свои границы для туристов из России.

В нашем исследовании за основу диагностики овертуризма были взяты рекомендации, предложенные в исследовании WTTC & McKinsey & Company [21]. Указанные показатели рассчитывались для выбранных территориальных образований, обладающих наибольшей неравномерностью с последующим сравнением полученных результатов с показателями оценки овертуризма из указанной работы. Как уже отмечено, в качестве таких территорий нами выбраны следующие: Белгородская область, Республика Калмыкия, Московская область и Краснодарский край.

К показателям, характеризующим диагностику овертуризма и в наибольшей степени отражающих интенсивность нагрузки на территорию следует, по нашему мнению, отнести:

-среднегодовые темпы прироста числа туристских прибытий на территорию,

- интенсивность туризма (ИТ),
- плотность туристской территории (ПТТ).

Комплексным показателем в этом случае будет являться *интегральный показатель овертуризма (ИПО)*, который можно рассчитать по формуле: $ИПО=(0,5*ИТ+0,5*ПТТ)$ (таблица 2.6).

Таблица 2.6 – Предельные значения показателей диагностирования овертуризма

Показатель	Высокий риск	Умеренный риск	Средний риск	Низкий риск
1. Среднегодовые темпы прироста числа туристских прибытий	>7,7%	6,2–7,7%	4,0–6,1%	<3,9%
2. Интенсивность туризма (ИТ)	>5,3	1,8–5,3	1,0–1,7	<1,0
3. Плотность туристской территории (ПТТ)	>6,0	4,3–6,0	2,6–4,3	<2,6
ИПО (0,5*2+0,5*3)	>5,6	3,1-5,6	1,8-3,1	<1,8

Источник: составлено автором на основе рекомендаций WTTC & McKinsey & Company.

Алгоритм расчета интегрального показателя овертуризма можно представить в виде следующих шагов:

1-й шаг. Расчет среднегодовых темпов прироста числа туристских прибытий на территориальное образование (таблица 2.7)

Таблица 2.7 – Расчет среднегодовых темпов прироста числа туристских прибытий

Рассматриваемый субъект Российской Федерации	2019 г	2020 г	2021г	2022 г	Темп роста, %
Белгородская область	301	314	209	309	2,6%
Республика Калмыкия	38	43	25	41	7,9%
Московская область	5025	3017	4546	5021	0,0%
Краснодарский край	8299	6298	8074	9707	17,0%

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

Данные таблицы показывают высокие риски у субъекта устойчиво высокого прироста туристского потока – Республика Калмыкия (7,9%) и медленно-растущего тур потока с высоким количеством прибытий (свыше 9001 тыс.) – Краснодарский край 17,0%. Регион интервального ряда среднего прироста (Московская область) показал минимальный риск, стремительный рост Белгородской области по отношению к 2021 году показал незначительный уровень риска.

2-й шаг. Расчет показателя «Интенсивность туризма» (таблица 2.8).

В нашем исследовании предлагаем данный показатель рассчитывать, как отношение среднего за последние 4 года туристского потока к средней численности населения за аналогичный период.

Таблица 2.8 – Расчет интенсивности туризма

Рассматриваемый субъект Российской Федерации		2019	2020	2021	2022	Среднее	Интенсивность туризма
Белгородская область	туристы	301	314	209	309	283	0,18
	население	1547	1549	1540	1536	1543	
Республика Калмыкия	туристы	38	43	25	41	36	0,13
	население	272	271	267	266	269	
Московская область	туристы	5025	3017	4546	5021	4402	0,54
	население	7599	7690	8524	8542	8088	
Краснодарский край	туристы	8299	6298	8074	9707	8094	1,40
	население	5648	5675	5838	5832	5748	

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

Данные таблицы показывают низкий риск для субъектов с высоким и низким темпом прироста и умеренный риск для территории медленно-растущего туристского потока с высоким количеством прибытий (свыше 10000 тыс.).

3-й шаг. Расчет показателя «Плотность туристской территории» (таблица 2.9).

Этот показатель рассчитывается как отношение среднего числа туристских прибытий за 4 года к числу туристских достопримечательностей территории в текущем периоде.

Таблица 2.9 – Плотность туристской территории

Рассматриваемый субъект Российской Федерации		Среднее	Плотность территории
Белгородская область	туристы	283	5,66
	объекты ²⁰	50	
Республика Калмыкия	туристы	36	3,60
	объекты	10	
Московская область	туристы	4402	6,13
	объекты	718	
Краснодарский край	туристы	8094	9,81
	объекты	825	

Источник: составлено автором

Данные таблицы показывают средние значения риска для субъектов низкого темпа прироста и умеренный риск для территорий с высоким туристским потоком (свыше 10000 тыс.).

Для оценки интенсивности нагрузки на туристскую территорию, предлагаем рассчитать интегральный показатель овертуризма (ИПО) на основании показателей 2, 3 в равных долях (таблица 2.10)

Таблица 2.10 – Расчет интегрального показателя овертуризма

Рассматриваемый субъект Российской Федерации	Среднее	Плотность территории	Интенсивность туризма	ИПО	Степень риска овертуризма
Белгородская область	283	5,66	0,18	2,92	Средний риск
Республика Калмыкия	36	3,60	0,14	1,7	Низкий риск
Московская область	4402	6,13	0,54	3,34	Умеренный риск
Краснодарский край	8094	9,81	1,41	5,61	Высокий

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

²⁰https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.002ffb41-65282cbd-d2c20e02-74722d776562/https/www.statista.com/statistics/1274784/russia-number-of-tourist-attractions-by-region/

Очень важным представляется вопрос об экономическом значении предлагаемого показателя овертуризма. Проблема заключается в первую очередь в том, что с увеличением числа туристов увеличиваются поступления в бюджет территориального образования и, следовательно, принимающий регион должен быть заинтересован в росте количества приезжих. С другой стороны, неконтролируемый рост числа прибытий вызывает ряд негативных последствий, зачастую проявляющихся с определенной задержкой и не всегда имеют прямое экономическое содержание.

В целом, можно предположить, что при общем росте поступлений от туризма могут снизиться поступления в бюджет в расчете на одного туриста из-за не полностью удовлетворенного спроса при избыточном количестве гостей.

Для проверки этого предположения был проведен сравнительный анализ. Рассматривалось два показателя: интегральный показатель овертуризма и доходы коллективного средства размещения (КСР) от предоставляемых услуг.

В качестве региона был выбран Краснодарский край, как субъект с наиболее высоким риском развития овертуризма (таблица 2.11).

Таблица 2.11 – Расчет зависимости интегрального показателя овертуризма и доходов КСР Краснодарского края

Период	2019 г.	2020 г.	2021г.	2022 г.
Среднее число туристов	8299	7298,5	7557	8094
Плотность территории	10,06	8,85	9,16	9,81
Интенсивность туризма	1,47	1,29	1,32	1,41
Интегральный показатель овертуризма (ИПО)	5,76	5,07	5,24	5,61
Средний чек туриста	3063	3464	3755	4203
Доходы коллективного средства размещения от предоставляемых услуг (тыс. руб.)	89378646	94542633	77242983	80145530
темп прироста ИПО		-0,12	0,03	0,07
темп прироста доходов КСР		0,06	-0,18	0,04

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

Данные таблицы показывают, что снижение в 2020 году ИПО на 12% сопровождалось ростом доходов КСР на 6%, рост ИПО на 3% в 2021 году

сопровождался снижением доходов КСР на 18%. Однако рост ИИО в 2022 году на 7% сопровождался ростом доходов на 4%, при этом сумма доходов в абсолютном выражении оказалась меньше доходов 2019 года, где показатели среднего количества туристов имеют близкие значения.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что разработанный интегральный показатель овертуризма позволяет корректно оценить риск туристской перегрузки территории, сопровождающийся ухудшением ресурсной базы и качества ее туристско-рекреационного потенциала и, как следствие снижение социально-экономической эффективности. С учетом сильной неравномерности распределения туристского потока и формированием групп регионов с высоким риском овертуризма и возможным снижением социально-экономической эффективности туристской деятельности, вызванных негативным влиянием технологических трансформаций, становится актуальным поиск алгоритмов, инструментов достоверной информации, позволяющих оценить ситуацию и сформировать соответствующие управленческие решения. Наличие такой системы выступает важным атрибутом действенных организационно-экономических механизмов, способствующей выявлению сложностей в трансформационных процессах и поиску точек роста в развитии сферы туризма.

2.4 Сценарное прогнозирование влияния овертуризма на устойчивость туристской территории

Как показало проведенное исследование, технологические трансформации открыли новое окно возможностей для внутренних туристских направлений. В этих условиях особенно важно планировать развитие внутреннего таким образом, чтобы минимизировать возможные экологические, социальные и экономические риски, а также заложить основы устойчивого роста в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

В отечественной и зарубежной литературе существуют методические подходы, в которых предприняты попытки рассмотрения проблем

технологических трансформаций в контексте развития туризма как объективной необходимости его устойчивого развития. Так, к примеру, Лешек Бутовский [19] к устойчивому развитию сферы туризма подходит с позиций взаимодействия туристов и населения туристской территории в плане недопущения деградации окружающей внешней среды как важнейшего направления устойчивости в отношении социокультурных ресурсов.

Итальянские исследователи С. Ринальди и Р. Касагранди [20] сформировали и математически обосновали гипотезу, предполагающую наличие зависимости количества туристов от качественных свойств природных ресурсов и денежных вложений в инфраструктуру туризма, то есть по сути дела, устойчивое развитие туризма представили в виде модели, отражающей прямую взаимосвязь между туристами, пребывающими в территориальное образование, показателями финансовых инвестиций и «удобства» окружающей среды, что является одной из попыток применения системного подхода с учетом трансформационных процессов.

Таким образом, принимая внимание научные положения указанных авторов и опираясь на системный подход, дальнейшее исследование влияния чрезмерной нагрузки или овертуризма на устойчивость туристской территории проведем с помощью экономико-математического моделирования на основе анализа и синтеза факторов и показателей социально-экономического развития. Использовались также экспертные методы получения и систематизации информации и многокритериальный подход, адаптированный к специфике исследования. Алгоритм построения трендовых схем и моделей влияния овертуризма на устойчивость туристской территории, может быть представлен в реализации следующих этапов (рисунок 2.10):

1. Систематизация, формализация данных и построение когнитивных моделей.

2. Построение программных компьютерных моделей и уточнение регрессионных формул и уравнений.
3. Проверка полученной модели.
4. Анализ чувствительности и оптимизация структуры модели.
5. Сценарное прогнозирование и проведение вычислительных экспериментов.

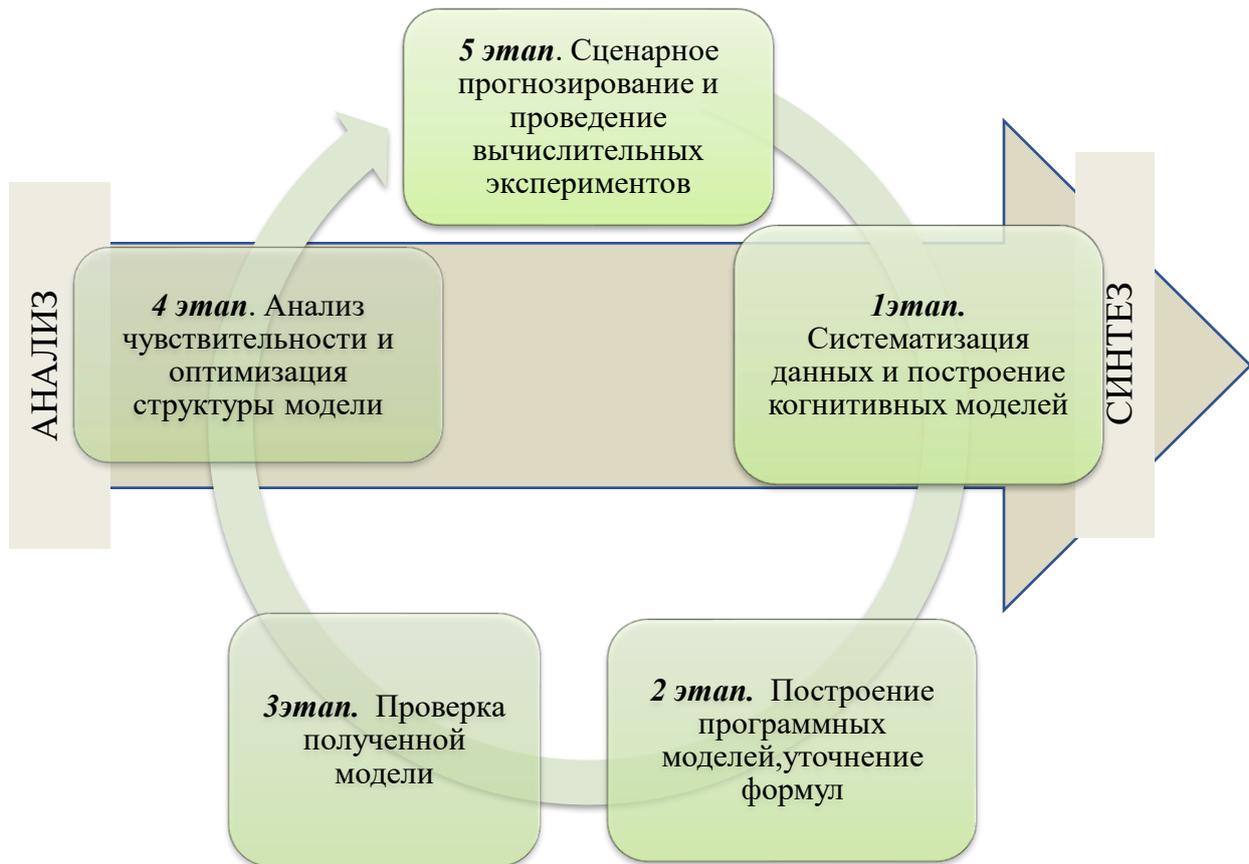


Рисунок 2.10 – Алгоритм построения схем влияния овертуризма на устойчивое развитие региона

Источник: составлено автором по данным [113; 180]

С целью определения причинно-следственных связей влияния туристского потока на устойчивость территории и в соответствии с поэлементной декомпозицией системы управления развитием внутреннего туризма, нами были выделены подсистемы туризма: экономическая, социальная и экологическая (рисунок 2.11)

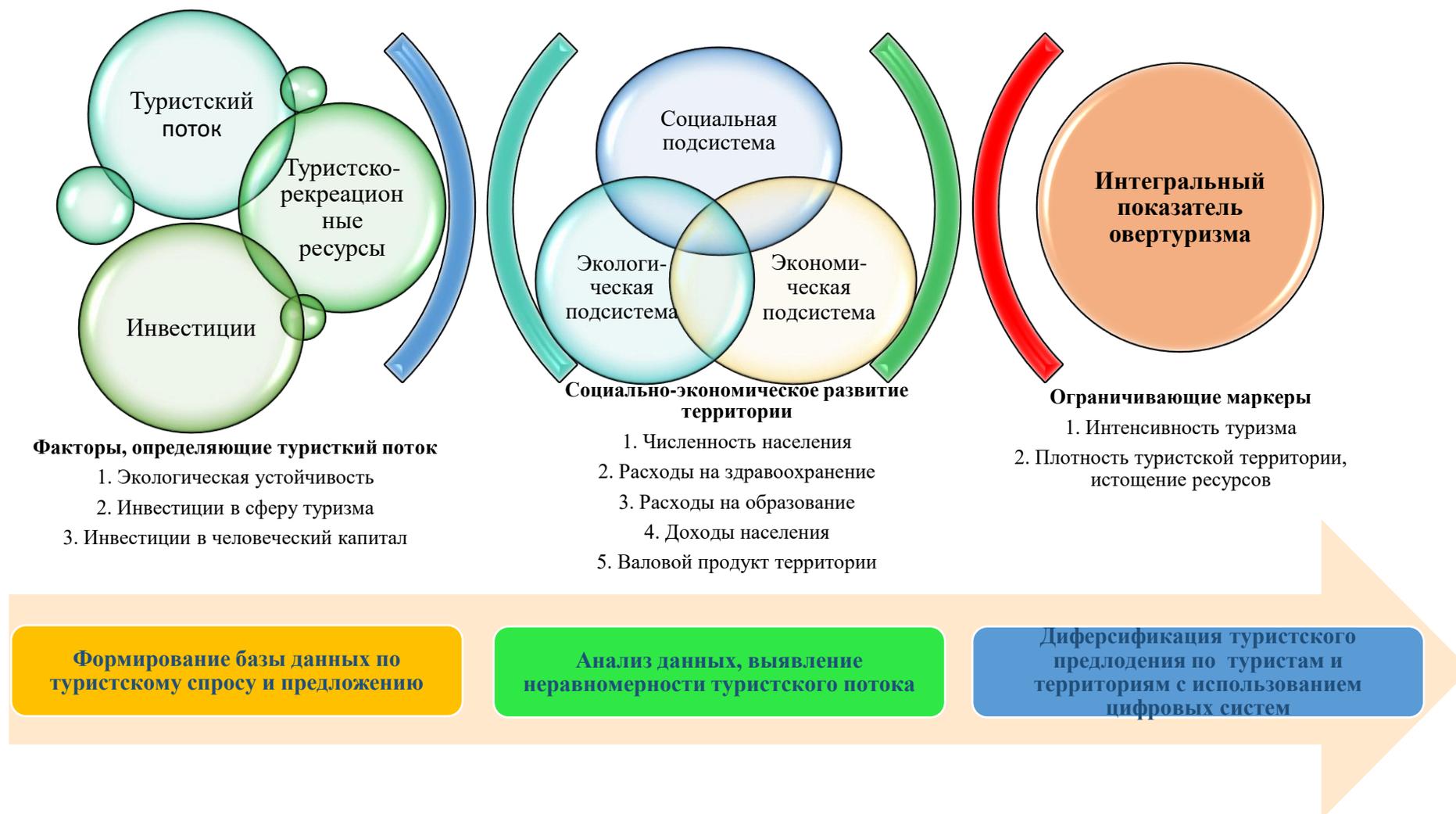


Рисунок 2.11 - Схема причинно-следственных связей влияния овертуризма на устойчивость территории

Источник: составлено автором

В данной схеме итоговым индикатором, выступающим ограничением выступает индикатор овертуризма, рассмотренный нами в предыдущем параграфе.

Зеленым цветом обозначены переменные, тесно связанные с туристским потоком:

1. Туристский поток
2. Туристско-рекреационные ресурсы территории
3. Инвестиции в сферу туризма, в том числе в туристскую инфраструктуру

В числе показателей, характеризующих социальную подсистему, выступают следующие:

1. Численность населения
2. Расходы на здравоохранение
3. Расходы на образование
4. Инвестиции в человеческий капитал
5. Доходы населения

В числе показателей, характеризующих экономическую подсистему, выступают:

1. Валовой продукт территории
2. Инвестиции в сферу туризма

В числе показателей, характеризующих экологическую подсистему, выступают:

1. Туристско-рекреационные ресурсы
2. Выбросы CO₂.

Прогнозные сценарии развития туристского потока смоделируем на примере такого региона как Краснодарский край, являющимся, как показало предыдущее исследование, субъектом с наиболее высоким риском развития овертуризма. В качестве исходной информационной базы примем в расчет

статистические данные края, позволяющие рассчитать максимальную величину туристского потока (таблица 2.12).

В Краснодарском крае в 2022 году осуществляли деятельность 5160 коллективных средства размещения. Из их общего числа 1966 функционировали круглогодично, 3194 – сезонно. Организовано 492,1 тыс. мест в 205,6 тыс. номерах. За это время было размещено 9706,6 тыс. человек, из них граждан Российской Федерации 9611,9 тыс. человек, иностранных граждан 94,7 тыс. человек.

Доходы от предоставляемых услуг в коллективных средствах размещения составили 163531,9 млн. рублей.

Таблица 2.12 – Определение максимального значения туристского потока на территории Краснодарского края за 2022 год.

Основные показатели, воздействующие на динамику туристского потока	Май-октябрь	Ноябрь-апрель	В среднем за год
Количество мест в коллективных средствах размещения, тыс. ед.	492, 1	386, 5	438,6
Длительность сезона (дней)	183,00	182,00	365,00
Показатель загрузки	0,9	0,36	0,63
Среднее число дней пребывания туриста (дни)	8,00	8,00	8,00
Число туристов, млн. чел.	7 087, 3	1006,8	8094,1

Источник: составлено автором по данным [114]

Дальнейшие расчеты исходили из того, что туристские потоки на курорты Краснодарского края формировались в зависимости от времени года. Длительность наиболее активного посещения туристами туристско-рекреационных территорий составила 183 дня (период с мая по октябрь включительно). Второй период затрагивает низкий сезон, когда темп роста туристских потоков не был таким значительным, как летом. Данный сезон составил 182 дня.

Коэффициент загрузки (Кз) коллективных и специализированных средств размещения составил (июль, август – 0,9; июнь, сентябрь – 0,7; май, октябрь - 0,6).

В целом с мая по октябрь средний коэффициент загрузки равнялся 0,9, а в период с ноября по апрель только 0,36. Коэффициент загруженности за год был определен как среднее значение по сезонам

$$Кзг = (Кзв+Кзн) : 2 = (0,9 + 0,36) : 2 = 0,63 \quad \text{где:}$$

Кзг – коэффициент загруженности за год,

Кзв – коэффициент загруженности в высокий сезон,

Кзн – коэффициент загруженности в низкий сезон.

Длительность пребывания туристов, в соответствии с данными Краснодарстата, составляет в среднем от 5 до 14 дней вне зависимости от сезона. Аналогичные данные подтверждают и сотовые операторы относительно времени пребывания роумеров на курортах Краснодарского края, которое также составляет в среднем 8 дней.

Проведенный анализ показал, что туристские потоки на территории Краснодарского края формируются в пиковые загрузки наиболее активно, что наглядно видно по приведенным расчетам. Туристские территории исходя из инфраструктурных возможностей способны принять без чрезмерной нагрузки более 10 млн. туристов при фактическом их заезде немногим больше 8 млн. То есть на данный момент феномен овертуризма проявляется неявно.

Для того, чтобы выяснить и проанализировать закономерности динамики турпотоков исходя из их размещения в коллективных и специализированных средствах размещения, были построены линии по экспоненциальной, полиномиальной и линейной зависимостям, позволяющие отразить сезонные колебания. Для расчетов была применена программа MS Office Excell. (рисунок 2.12).

Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. чел.

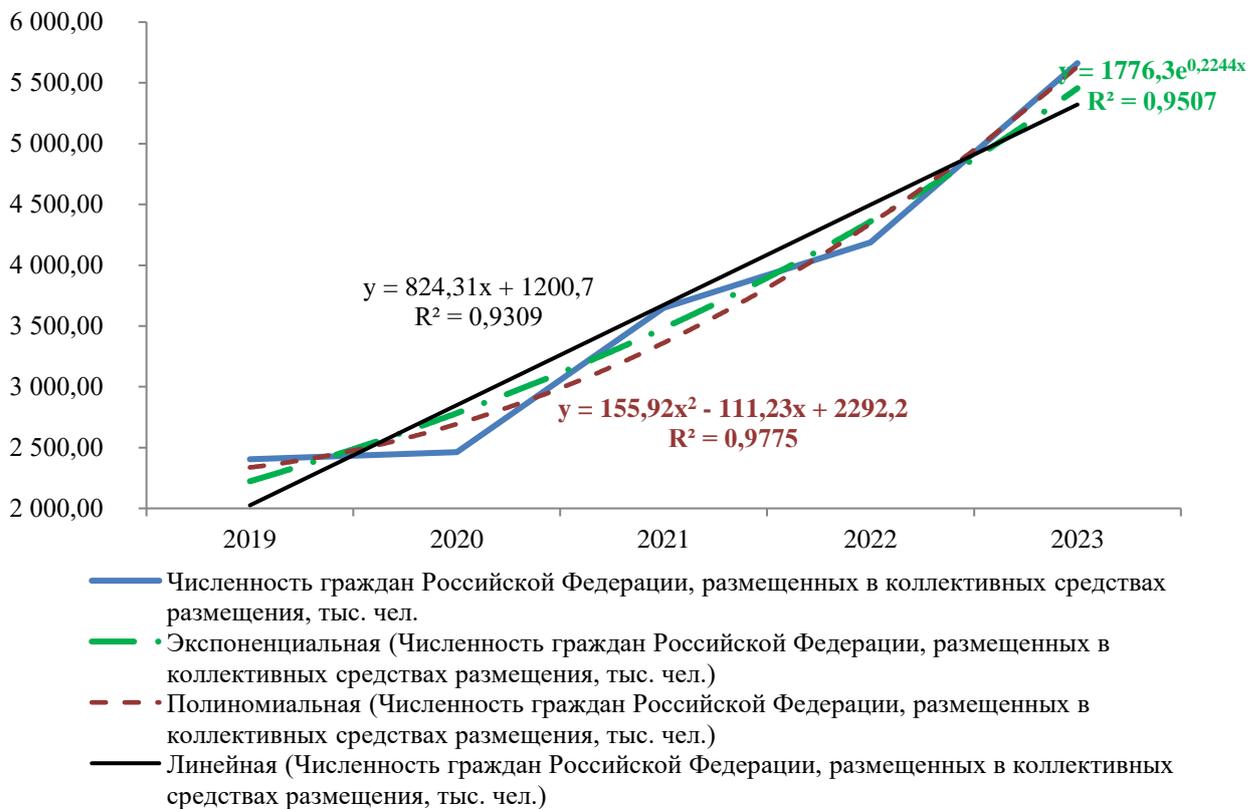


Рисунок 2.12 – Построение оценочных трендов, отражающих динамику численности туристов, размещенных в коллективных и специализированных средствах размещения в туристско-рекреационных территориях Краснодарского края

Источник: составлено автором

Результаты показывают, что наивысшим значением обладает оценочная линия тренда исходя из полиномиальной зависимости, где $R^2=0,9775$. Говоря о коэффициенте корреляции R^2 , то чем ближе его значение к 1, тем точнее модель описывает имеющиеся данные. Полученное значение данного коэффициента корреляции говорит о том, что значение результирующего фактора на 97,75% объясняется значениями переменного фактора и является статистически значимой. Как следствие, данная зависимость в наибольшей степени соответствует анализу данных, которые отображает сезонные нагрузки туристских потоков.

Анализ степени воздействия сезонных колебаний в прогнозировании развития внутреннего туризма, направленного на достижение заданного целевого уровня проводился на основе использования модели аппроксимации тренда. Аппроксимация или приближение представляет из себя математический способ, основанный на замене одних процессов или объектов через другие, близкие к начальным, обладающие более простыми свойствами, то есть линию оценочного тренда следует вывести за пределы, в которых информационные величины уже известны, и показать тенденцию их изменения.

Используя имеющуюся аналитическую базу данных о величине индекса сезонности в разрезе календарных месяцев (таблица 2.13), был выявлен и проанализирован исходный временной ряд внутреннего туристского потока туристско-рекреационных территорий Краснодарского края (рисунок 2.13).

Таблица 2.13 – Динамика значений индексов сезонности туристского потока Краснодарского края по месяцам, %

Месяцы	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	Янв.-февр. 2023г
Январь	0,98	0,94	0,94	2,37	3,80
Февраль	1,17	1,11	1,06	2,33	3,60
Март	1,96	1,88	1,82	2,91	4,00
Апрель	2,13	2,11	2,19	3,14	4,10
Май	5,52	5,43	5,17	5,13	5,10
Июнь	17,11	16,28	15,58	13,89	12,20
Июль	20,43	22,86	23,63	21,82	20,00
Август	24,92	25,18	25,92	23,81	21,70
Сентябрь	13,11	12,24	11,42	11,56	11,70
Октябрь	4,90	4,77	4,84	5,07	5,30
Ноябрь	3,93	3,84	3,72	4,01	4,30
Декабрь	3,84	3,36	3,72	3,96	4,20

Источник: составлено автором по данным [114]

Из представленной таблицы наглядно видно наличие значительной сезонности в развитии внутреннего туризма Краснодарского края. Так если в период с мая по октябрь индекс сезонности варьируется в диапазоне 17-29% и более, то начиная с октября, наблюдается тенденция его снижения.

Тем не менее, подобный разброс количества туристов во временном аспекте не позволяет сформировать модель исходя из фактического пребывания. Об этом также свидетельствуют невысокие значения коэффициента достоверности аппроксимации при всех оценочных линиях трендов.

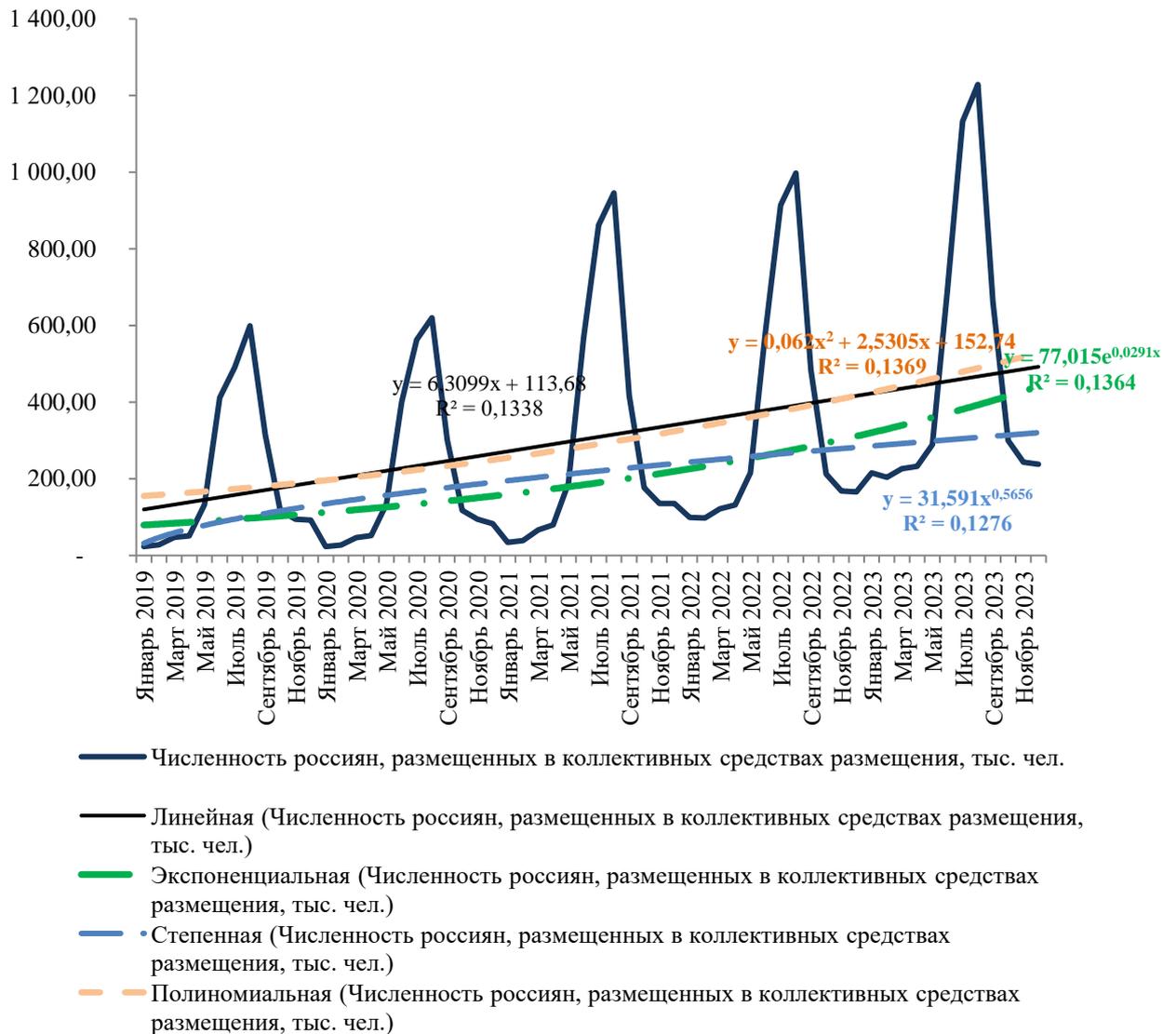


Рисунок 2.13 – Линии тренда, отражающие динамику туристского потока туристско-рекреационных территорий Краснодарского края в ежемесячном разрезе

Источник: составлено автором

Дальнейший анализ туристских потоков в подобных случаях следует проводить на основе эмпирического метода скользящей средней, который

можно использовать для сглаживания и прогнозирования временных рядов, позволяющих производить замену абсолютных значений динамики ряда на их средние значения за определенные временные интервалы. А вот сами временные интервалы определяются уже методом мягкого скольжения, заключающегося в том, что первые уровни мягко уходят, а следующие за ним появляются, то есть осуществляется мягкий процесс включения новых уровней исследования. Следствием данного метода является сглаженный динамический ряд значений, отражающий тенденцию изменений оцениваемого параметра (рисунок 2.14).

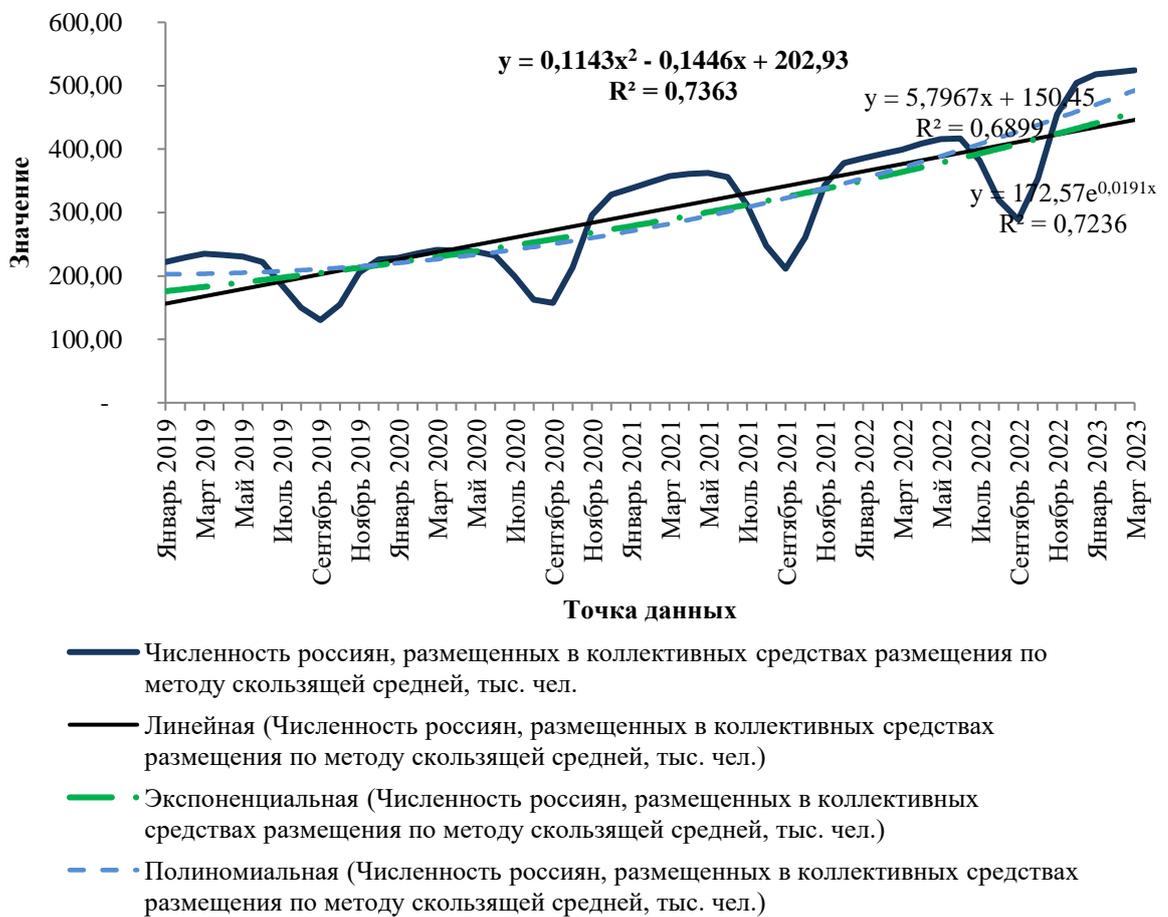


Рисунок 2.14 – Построение линии оценочных трендов динамики туристского потока Краснодарского края на основе скользящей

Источник: составлено автором

Полученное значение коэффициента корреляции ($R^2=0.6549$) говорит о том, что значение результирующего фактора на 65.49% объясняется значениями переменного фактора и тоже является статистически значимой,

но погрешность смоделированных данных будет выше, чем в полиномиальной модели. Поэтому в целях дальнейшего исследования турпотоков и проявления овертуризма наиболее целесообразнее выбрать полиномиальную модель тренда, построенную исходя из скользящих средних значений туристского потока на туристско-рекреационные территории Краснодарского края, так как значение коэффициента достоверности аппроксимации у нее наиболее значительное высокое ($R^2=0,7363$). Здесь также визуализирована тенденция сезонности туристского потока, наиболее очевидная в летние месяцы при постепенном ее снижении в осенне-зимний временной период или низкий сезон.

Проводя дальнейшее исследование относительно оценки туристских потоков в мониторинге эффективности, выявлены и обоснованы факторы, оказывающие влияние на динамику туристских потоков. В числе данных факторов следует назвать следующие: средняя стоимость одного турпакета, инвестиции в основной капитал, направленные на развитие и реновацию коллективных средств размещения, количество туристов, размещенных в коллективных средствах размещения. Степень влияния указанных факторов можно определить на основе построения модели аппроксимации тренда сезонности туристского потока региона, которая выражается в виде следующего уравнения:

$$y = 0,1143 \cdot x_i^2 - 0,1446 \cdot x_i + ИС_t \quad (1)$$

Где: y – туристский поток региона,

x_i - группа факторов, оказывающие воздействие на динамику туристского потока,

$ИС_t$ – индекс сезонности за период времени t .

Процесс прогнозирования туристских потоков предполагает составление в табличной форме исходных данных с выделением результирующего показателя (туристский поток y) и факторных признаков (X_i) (таблица 2.14).

Таблица 2.14 – Исходные данные для построения прогнозной модели

	Группа факторов, оказывающих влияние на туристский поток	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
X ₁	Средняя стоимость одного турпакета по России, тыс. рублей(включая перелет)	40,70	49,50	57,90	65,0	69,1
X ₂	Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения (КСР), млн. руб.	5 369,70	43 716,00	51 425,00	4 025,20	7 913,90
y	Численность туристов, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. чел.	8051,0	8298,6	6298,4	5901	8094,1

Источник: составлено автором

Что касается капитальных вложений, предназначенных на развитие коллективных средств размещения, что несомненно, будет способствовать снижению овертуризма, то в крае запланировано строительство еще 39 отелей, часть из которых уже начали строить в 2022 г и будут запускаться в эксплуатацию в течении 5 лет, включая Черноморское побережье. Инвестиции поступали как из бюджетов Федерального уровня, так регионального и муниципального. В целях привлечения числа туристов были внедрены в систему обслуживания цифровые технологии, среди которых цифровые стандарты «все включено» и «ультра все включено».

На основе представленных в таблице данных с использованием пакета прикладных программ Statistica 10 появилась возможность сформировать модель *прогнозирования овертуризма* в качестве важнейшей составляющей мониторинга туристских потоков в региональном аспекте исследования. Тенденции развития туристского потока Краснодарского края определялись на основе линейной и степенной модели, уравнения которых имеют следующий вид:

$$y = -1015,55 + 174,876 \cdot x_1 - 0,003 \cdot x_2, R^2 = 0,80 \quad (2)$$

$$y = 7,279 \cdot x_1^{0,8934} \cdot x_2^{0,3767}, R^2 = 0,67 \quad (3)$$

Далее составим таблицу с прогнозными вариантами оценивания туристских потоков туристско-рекреационных территорий Краснодарского края с использованием линейной, степенной модели (таблица 2.15).

Таблица 2.15 – Прогнозы динамики туристского потока туристско-рекреационных территорий Краснодарского края на 2023-2027 годы

Период	Инфляционные ожидания, % ²¹	Величина туристского потока на основе линейной модели	Величина туристского потока на основе степенной модели	Средняя стоимость одного турпакета по России (X ₁)	Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие КСР, млн.руб. (X ₂)
2023 г. (прогноз)	2,8	14 981,00	15 104,00	64,2	8 277,94
2024 г. (прогноз)	3,1	16 103,00	16 983,00	61,5	8 708,39
2026 г. (прогноз)	3,2	15 175,00	15 499,00	59,8	9 222,19
2026 г. (прогноз)	3,0	13 251,00	13 909,00	64,0	9 729,41
2027 г. (прогноз)	2,9	13 872,00	16 129,00	65,5	10 045,07

Источник: составлено автором

Прогнозирование овертуризма туристско-рекреационных территорий края с учетом фактора сезонности отражено в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Построение прогнозов проявления овертуризма с учетом тренда сезонности

Периоды	i	Сезонная компонента	Трендовая компонента	Прогноз	
2024 год	Январь	1	87,16	251,67	338,83
	Февраль	2	127,19	138,31	265,49
	Март	3	152,50	141,12	293,62
	Апрель	4	159,57	71,27	230,83
	Май	5	134,77	157,45	292,22
	Июнь	6	127,67	568,96	696,63
	Июль	7	124,56	774,51	899,07
	Август	8	108,89	798,57	907,46
	Сентябрь	9	54,44	777,23	831,67

²¹ Прогноз инфляции на 2023, 2024-2027 годы в России – интернет ресурс - <https://apecon.ru/prognoz-inflyatsii-na-gody-v-rossii>

Периоды	i	Сезонная компонента	Трендовая компонента	Прогноз	
	Октябрь	10	29,92	836,84	866,76
	Ноябрь	11	30,53	825,60	856,13
	Декабрь	12	95,42	645,47	740,89
	Год		1 232,61	5 987,00	7 219,61
2025 год	Январь	1	104,06	260,79	364,85
	Февраль	2	123,09	143,32	266,41
	Март	3	167,55	146,23	313,79
	Апрель	4	172,76	73,85	246,61
	Май	5	168,14	163,16	331,30
	Июнь	6	181,04	589,59	770,62
	Июль	7	178,61	802,58	981,19
	Август	8	139,64	827,51	967,15
	Сентябрь	9	49,77	805,40	855,17
	Октябрь	10	24,05	867,17	891,23
	Ноябрь	11	25,15	855,53	880,68
	Декабрь	12	17,39	668,87	686,26
	Год		1 351,25	6 204,00	7 555,25
2026 год	Январь	1	47,12	273,19	320,31
	Февраль	2	173,36	150,14	323,49
	Март	3	254,18	153,19	407,37
	Апрель	4	265,48	77,36	342,84
	Май	5	278,71	170,91	449,63
	Июнь	6	284,19	617,62	901,81
	Июль	7	277,05	840,75	1 117,79
	Август	8	204,08	866,86	1 070,95
	Сентябрь	9	64,04	843,70	907,74
	Октябрь	10	17,80	908,41	926,20
	Ноябрь	11	18,36	896,21	914,56
	Декабрь	12	14,55	700,67	715,22
	Год		1 898,90	6 499,00	8 397,90
2027 год	Январь	1	64,04	286,22	350,26
	Февраль	2	17,80	157,30	175,09
	Март	3	18,36	160,49	178,85
	Апрель	4	14,55	81,05	95,60
	Май	5	36,17	179,07	215,24
	Июнь	6	161,12	647,08	808,20
	Июль	7	255,43	880,85	1 136,28
	Август	8	270,75	908,21	1 178,96
	Сентябрь	9	285,46	883,94	1 169,40
	Октябрь	10	288,99	951,74	1 240,73
	Ноябрь	11	281,28	938,96	1 220,24
	Декабрь	12	215,16	734,10	949,26
	Год		1 909,11	6 809,00	8 718,11

Источник: составлено автором

Отображение полученных значений прогнозов проиллюстрировано на рисунке 2.15.

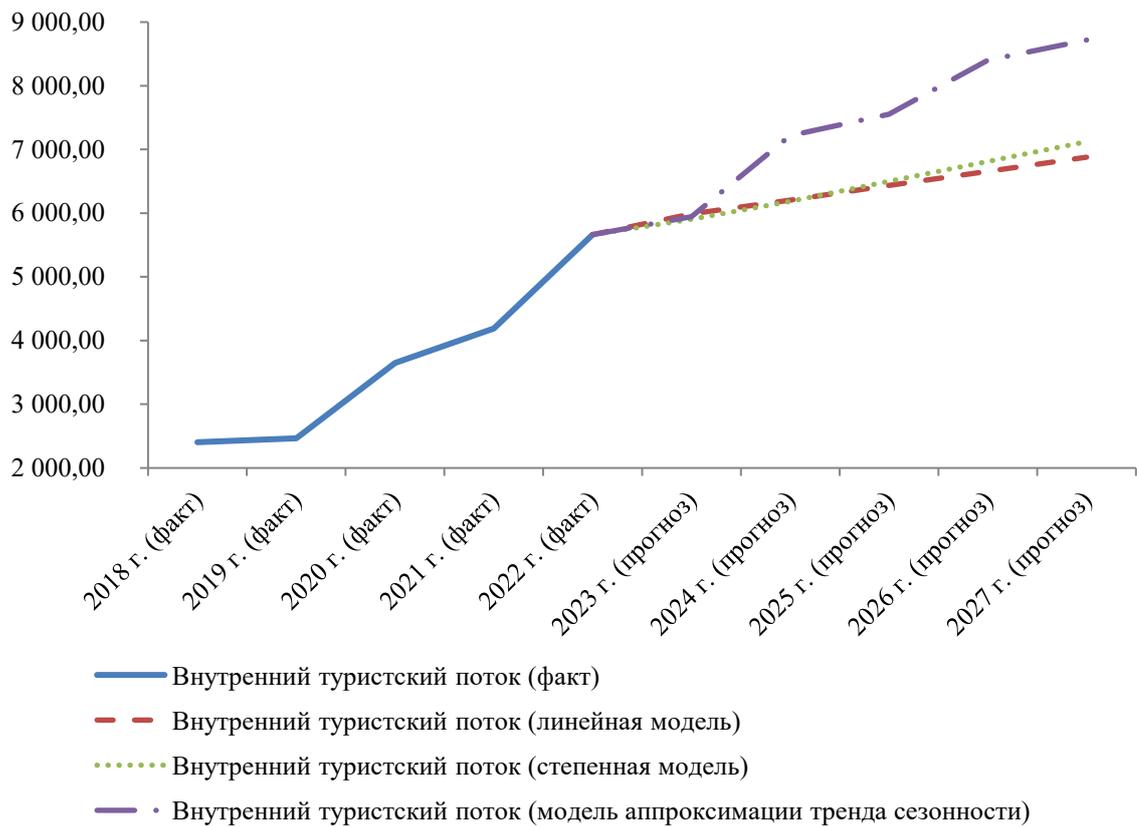


Рисунок 2.15 – Результаты прогноза туристского потока с применением линейной модели, степенной и модели, отражающей сезонную компоненту

Источник: составлено автором

Проведенное исследование в отношении прогнозирования туристских потоков как важнейшего элемента мониторинга позволило сделать следующие выводы.

В представленных моделях очень ярко проявляется влияние фактора сезонности, которое сохранится и в последующие временные периоды. На рисунке можно увидеть также и тенденцию роста инвестиционных вложений. Однако, при соблюдении обозначенных инфляционных ожиданий и роста инвестиций, сезонный фактор в развитии туристских потоков остается на достаточно высоком уровне, несмотря даже на возможности нивелирования сезонности с помощью туристического кешбэка.

Линейная модель отражает, по сути дела, консервативный сценарий динамики овертуризма на территорию края в среднесрочном периоде времени, поскольку основывается на инерционном развитии материально-

технической базы сферы туризма, приводящей к 2027 году снижение величины туристского потока, а степенная модель – умеренно-оптимистический сценарий (турпоток к 2027 году незначительный, но повышается относительно начальной точки в 2022 году).

Результаты прогноза дальнейшего развития турпотоков показали, что их увеличение во многом определяется емкостью рынка коллективных средств размещения, в частности инфраструктурой гостиничного сектора внутреннего туризма. В качестве итогового показателя модели влияния овертуризма на устойчивость территории, мы можем рассмотреть показатель валового продукта территории.

Модельные уравнения были получены с помощью корреляционного и регрессионного анализа. Например, согласно блок-схеме, переменная Валового продукта территории зависит от уровня численности населения (ЧН) и туристского потока (ТП).

Корреляционно-регрессионный анализ данных Росстата позволил получить следующее уравнение переменной валового продукта территории (ВПТ):

$$\text{ВПТ} = 0,0015 * \text{ЧН} - 5,2 * 10^{-5} * \text{ТП} - 0,01$$

Множественный коэффициент корреляции R равен 0,86, что свидетельствует о высокой силе выявленной связи, уровень значимости составляет 0,16. Это приводит нас к нелогичному выводу о том, что в краткосрочной перспективе сложившаяся тенденция объема туристских перевозок оказывает негативное влияние на объем муниципального продукта. Это возможно обусловлено также формированием овертуризма территории, когда имеющиеся ресурсы и инфраструктура не способны удовлетворить потребности туристов, что ведет к снижению прироста валового продукта территории и, как следствие снижению эффективности развития туризма.

ГЛАВА 3. КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

3.1 Методологические аспекты разработки концепции формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма

Системный подход к процессам развития внутреннего туризма позволяет осуществлять оценку и анализировать детерминанты регионального экономического роста и конкурентоспособности регионов. Развитие внутреннего туризма может осуществляться как в рамках общих задач системы развития региона или муниципальных образований, так и на уровне Российской Федерации, имеющей все необходимые атрибуты: элементный состав, принципы функционирования, структуру, информационное, экономическое, кадровое, правовое и организационное обеспечение.

Туристская деятельность на государственном уровне признана в качестве универсальной сферы, создающей возможности устойчивого социально-экономического развития регионов. Согласно «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», утверждённой распоряжением Правительства РФ от 13.02.2019 г. №207-р, для 72 субъектов Федерации туризм признан приоритетным направлением развития, что составляет 85,7% от общего числа субъектов. Располагаемая субъектами федерации ресурсная база позволяет реализовывать разнообразные виды туристской деятельности, способные удовлетворять широкий диапазон потребностей путешественников. При этом ряд регионов по критерию диверсификации туристского предложения могут быть признаны универсальными в силу разнообразия продуктовых линеек, а некоторые регионы – регионами узкой специализации с возможностью

создания уникального туристского предложения, не имеющего аналогов на рынке.

Условием достижения целей устойчивого развития туристской деятельности в регионах на основе полного включения располагаемых на их территории туристско-рекреационных ресурсов являются процессы формирования организационно-экономических механизмов развития сферы туризма, который в настоящий момент регламентирован следующей нормативно-правовой базой:

– Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы) (утверждена распоряжением правительства РФ от 05.05.2018г. №872-р);

– «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (утверждена Распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019г. №2129);

– Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»;

– Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 №132-ФЗ (в редакции от 28.05.2022г.);

– Постановление Правительства РФ от 24.12.2021г. №2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» и другие.

Трансформационные изменения предполагают необходимость формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма, повышающих эффективность всех его ведущих секторов в целом и каждого в отдельности.

Таким образом, механизмы развития туризма должны реализовываться комплексно, так как недостаточная эффективность даже одного из них будет существенно препятствовать развитию внутреннего туризма. Методы и инструменты реализации стратегий развития внутреннего туризма – это набор, арсенал средств и рычагов воздействия федеральных, региональных и местных органов власти на развитие туристской деятельности.

В этой связи механизм развития сферы туризма следует рассматривать как упорядоченную совокупность институциональных установок, обеспечивающих субъектам хозяйствования достижение прогнозных результатов развития. Эффективный механизм развития внутреннего туризма призван обеспечить устойчивое экономическое развитие на основе расширенного воспроизводства и эффективного использования природного, научно-технического, экономического, социального потенциалов, и, в большей степени, потенциала цифровизации

К элементам механизма развития внутреннего туризма следует отнести: систему прогнозно-программных документов, отражающих результаты функционирования социально-экономической системы внутреннего туризма, в конечном итоге формирующую политику в сфере туризма на всех иерархических уровнях управления туризмом и стратегию социально-экономического развития; формы управления – организационно-управленческие структуры; методы управления – инструментарий, включающий способы, рычаги, технологии процессов достижения поставленной цели.

При этом рамки цифровых трансформаций, эффекты цифровизации и векторы их развития, как правило, разнятся в отношении различных субъектов сферы внутреннего туризма. Тем не менее, разработка концептуальных подходов, связанных с формированием организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма и их перевода в цифровой формат, создают некую научную концепцию результативности и реального перехода к развитию внутреннего туризма в условиях цифровых трансформаций.

Базовыми методологическими аспектами формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма по нашему мнению, являются цели, подходы, инструменты, принципы и методы. Применительно к трансформации внутреннего туризма,

представим научное обоснование следующим базовым понятиям организационно-экономических механизмов.

1. *Цель цифровизации внутреннего туризма* заключается в повсеместном внедрении цифровых технологий, предполагающих коренные изменения развития внутреннего туризма на всех уровнях управления: федеральном, региональном, муниципальном с целью повышения результативности и эффективности основных бизнес-процессов и секторов системы внутреннего туризма.

Важно отметить, что с одной стороны цель цифровизации субъектов внутреннего туризма является следствием потребностей цифровой экономики, с другой стороны –цифровые трансформации в дальнейшем развитии внутреннего туризма объективно зависят от степени готовности субъектов туристской деятельности к их внедрению. Следовательно, при формировании организационно-экономических механизмов большое значение должно быть уделено процессам диагностики готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям, определение векторов приоритетов в отношении отдельно взятых их видов и форм.

В связи с этим, нами предлагается следующее определение *цели реализации организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма* - создание необходимых условий для трансформации форматов развития туристской деятельности в цифровой режим в условиях быстроменяющегося спроса и технологий обслуживания, в целях приобретения конкурентных преимуществ на основе цифровой активности и эффективности туристской деятельности на всех иерархических уровнях.

2. Следующим базовым понятием исследования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций могут быть основные подходы к трансформации субъектов внутреннего туризма на основе *комплекса инструментов*, то есть инструментов, представляющих собой современные системы, построенные на основе цифрового формата в целях повышения

эффективности туристской деятельности. Трансформационные изменения обуславливают необходимость доработки и усовершенствования существующих инструментов управления, повышающих эффективность туристской деятельности. В настоящее время в научном сообществе выделяются различные подходы в отношении регулирования сферы туризма, и, следовательно, к инструментам ее развития. В частности, по мнению В.В. Боханова, развитие туризма должна осуществляться «комплексно, затрагивать все аспекты его развития: правовые, экономические, организационные, социальные, историко-культурные, экологические, научно-образовательные. В каждом из этих направлений должен реализовываться свой инструмент регулирования и развития на основе определенной стратегии и тактики» [65]. В этой связи возможно подразделение инструментов развития внутреннего туризма на две категории: стратегические и тактические.

Тактические инструменты развития внутреннего туризма в условиях трансформаций направлены на реализацию возможностей перевода всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму; на обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка ведения бизнеса на основе интегрированных территориальных структур; на интеграцию государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности.

Одной из важных задач тактических инструментов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций является создание условий для формирования туристской экосистемы, которая может аккумулировать всех участников туристского рынка на онлайн-платформе, интегрированной с внешними источниками данных, на которой возможно формирование различных сервисов и мобильных приложений, где практически реализуются инструменты, обеспечивающие продвижение туристского продукта.

Стратегические инструменты направлены в первую очередь на выявление цифрового потенциала соответствия туристского продукта ожиданиям целевых аудиторий туристов, выбору направлений, дающих наибольший вклад в достижение целевых показателей внутреннего туризма и его ведущих секторов, а также созданию условий для усиления заинтересованности ведения туристского бизнеса в цифровом формате (рисунок 3.1).



Рисунок 3.1 – Комплекс инструментов тактического и стратегического характера, направленный на развитие внутреннего туризма

Источник: составлено автором по данным [11,166]

3. Следующим базовым понятием построения организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма является *совокупность самих механизмов, их форм и видов, направленности взаимодействия*. Исходя из обобщения опыта построения механизмов развития различных систем, нами предложен видовой состав

организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций, которые будут способствовать эффективному использованию потенциала, повышению качества сервиса в обслуживании туристов, а также реализации основных направлений Национальных проектов «Цифровая экономика» и «Туризм и индустрия гостеприимства» (рис. 3.2).

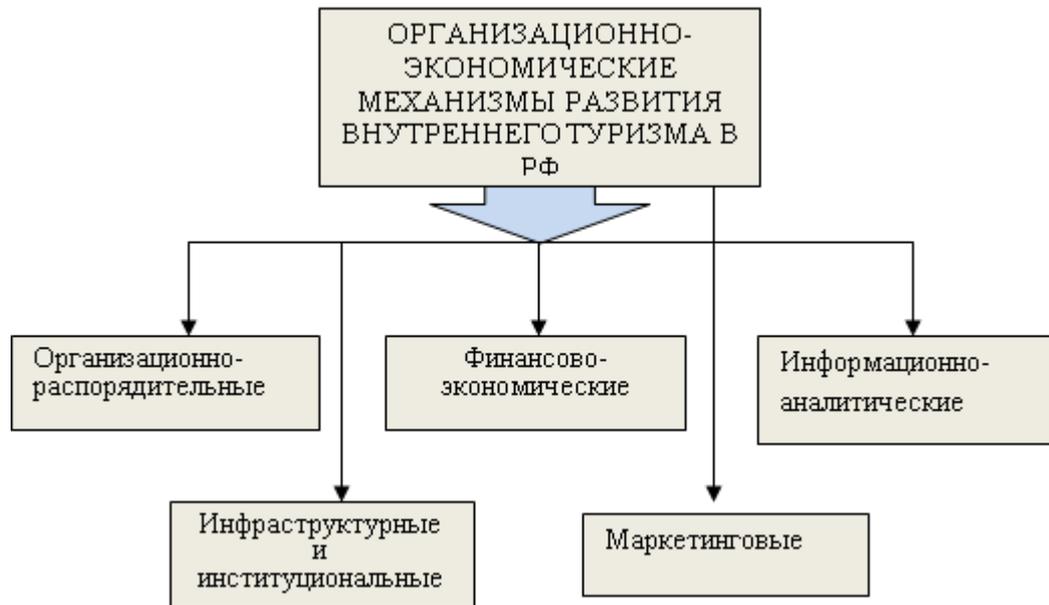


Рисунок 3.2 – Организационно-экономические механизмы развития внутреннего туризма

Источник: составлено автором по данным [46, 83, 109]

«Организационно-распорядительные механизмы управления региональным инновационным развитием», как отмечает в своем исследовании Аксенова Ж.Н., «должны обеспечивать реализацию федеральных программ», к которым относятся и программы развития внутреннего туризма, учитывая заметное усиление внимания органов государственной власти к проблемам туристской деятельности, призваны обеспечить реализацию федеральных законодательных актов и идей, заложенных в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. При переходе к экономике цифровому типу развития организационно-распорядительные механизмы должны обеспечивать поддержку процессов разработки цифровых технологий и внедрения

полученных результатов в хозяйственную практику. Законодательное обеспечение цифровизации должно сопровождаться установлением обоснованных и долговременных правил, отношений между участниками туристского бизнеса. Анализ показывает, что если непосредственная реализация цифровых технологий на разных стадиях благополучно регулируется административным (в научно-технической сфере) и предпринимательским правом, то отношения, связанные с участием государства в цифровизации основных процессов в сфере туризма и дальнейшего развития цифровой активности, урегулированы недостаточно. Так, имеет место нечеткость правового регулирования участия бизнес-структур в качестве сетевых интеграторов онлайн-платформ в туристской сфере. При этом многочисленные формы организаций цифровой инфраструктуры до сих пор не получили системного и последовательного закрепления в российском законодательстве.

Финансово-экономические механизмы развития внутреннего туризма способны обеспечивать государственную финансовую поддержку субъектов туристской деятельности, которая большей частью проводится за счет средств федерального бюджета, региональных бюджетов и внебюджетных средств с максимально возможным привлечением средств федерального и местных бюджетов, а также средств частных инвесторов. Отличительной особенностью организации финансирования туристской деятельности является множественность источников финансирования и комплексность охвата разнообразных направлений цифровизации в целом и отдельных его субъектов.

В настоящее время развитие цифровой инфраструктуры является важной составляющей для разработки и продвижения цифровых технологий в экономике, поэтому данная проблема является актуальной для сферы внутреннего туризма. Рассматривая *информационно-аналитические механизмы* развития внутреннего туризма, следует отметить, что внимание науки и общества к информационно-аналитическим процессам не случайно:

от качества информационной среды, аналитической базы данных в которую «погружен» фактически каждый сектор внутреннего туризма, зависит в значительной степени и качество функционирования самой социально-экономической системы. Информационно-аналитические механизмы в условиях технологических трансформаций предназначены в первую очередь для решения поставленной задачи в рамках ресурсных и иных ограничений, которые следует применять при выработке управленческих решений, сборе информации, мониторинге, её анализе и обработке, направленные на усиление взаимодействий организаций туристского бизнеса.

Что касается *инфраструктурных и институциональных механизмов* развития внутреннего туризма, то они напрямую связаны с функционированием туристского рынка в целом, который во многом определяется степенью совершенствования инфраструктуры и системой взаимоотношений, обеспечивающих общественные взаимосвязи субъектов внутреннего туризма. Инфраструктурный механизм, это по сути дела организационно-экономическая система, которая формирует и обеспечивает условия для эффективной доставки туристского продукта до его потребителя в прямой зависимости с финансовыми и информационно-коммуникационными потоками при содействии системы организаций и институтов туристского рынка. Таким образом, инфраструктурный и институциональный механизмы как формируют, так и обеспечивают базовые условия функционирования рынка внутреннего туризма, являясь одним из основных структурных составляющих организационно-экономических механизмов.

Основными инструментами маркетинговых механизмов развития внутреннего туризма должны стать такие, которые направлены на увеличение внутреннего потребления туристских продуктов. Основными источниками роста внутреннего туризма станут переориентация выездного туристского потока на внутренний рынок и создание условий по стимулированию отложенного спроса потенциальных внутренних туристов, в

том числе вовлечение в туризм жителей, которые ранее не совершали поездок.

Таким образом, формирование организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций должно реализовываться комплексно, так как недостаточная эффективность даже одного из них будет существенно препятствовать цифровизации туристской деятельности, перехода ее на новые форматы ведения туристского бизнеса, соответствующего новым реалиям социально-экономического развития Российской Федерации.

4. Еще одним базовым понятием при формировании организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма могут быть *основные принципы реализации указанных механизмов*. Рассмотрим их подробнее.

Методологический базис реализации механизмов развития внутреннего туризма, реализуемый разработчиками концепций, стратегий, стратегических целевых программ, содержится в нормативных положениях Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ, в котором система стратегического планирования включает такие элементы, как: принципы, задачи, участники, полномочия участников, документы, порядок государственной регистрации документов стратегического планирования, общественного обсуждения их проектов, информационное обеспечение стратегического планирования.

В федеральном законе «О стратегическом планировании в Российской Федерации» приводится перечень, включающий двенадцать принципов, содержание которых во многом совпадает с классическими теоретическими разработками А. Файоля [177], а также с расширенными и адаптированными к отраслевым, региональным и национальным особенностям подходами О.И. Бабиной [55], А.А. Кужелевой [111], Ю.А. Левина [115], Е.А. Третьяковой, М.Ю. Осиповой [174], и др.

Основные принципы реализации механизмов развития туризма с учетом специфики туристской деятельности можно представить следующим образом:

– принцип целенаправленности. Исходит из идеи о том, что механизмы носят активный характер и предполагают формулирование социально-экономических целей развития, которое осуществляется путём взаимодействия между органами государственной власти федерального, регионального, муниципального уровней, объектами туристской индустрии, общественными туристскими организациями, населением туристских дестинаций при поиске оптимального сценария развития туристского пространства, форм организации туристской деятельности и обслуживания путешественников;

– принцип приоритетности. В стратегических планах развития национального внутреннего туризма необходимо чёткое выделение приоритетов: в отношении пространственного развития – приоритетные для развития туризма с обоснованием способов рационального использования всех пространственных компонентов в процессе воспроизводства региональных турпродуктов; в отношении перспективных регионов – обоснование программы развития туристского пространства в целях обеспечения возможности наращивания туристского потока, популяризации регионального туристского предложения;

– принцип цифровизации. Сфера туризма, соответственно, и туристские организации – немаловажный элемент любой экономической системы, где результаты цифровизации проявляются особо наглядно и являются достаточно востребованными. Цифровизация в данном контексте и принципы ее реализации приобретает особое значение, заключающееся в необходимости получения туристскими организациями конкурентных преимуществ и более полного удовлетворения динамично изменяющегося потребительского спроса на производимый ими туристский продукт;

– принцип синергизма. Может рассматриваться с нескольких позиций и реализовываться при соблюдении некоторых специфических механизмов развития. Обеспечение и систематизация целей национального развития в сфере здравоохранения, образования, науки, культуры, транспорта, цифровой экономики, экологии, туризма, и установление их кросс-функционального воздействия позволит значительно ускорить достижение положительных экономических, демографических сдвигов, повысить комфортность проживания россиян. Совместное пропорциональное развитие туристского и сопряжённых с ним секторов экономики позволяет достичь наибольшего эффекта, в том числе за счёт повышения совокупных туристских расходов на приобретение основных, дополнительных или сопутствующих товаров и услуг;

– принцип мультипликативности. В процесс дальнейшего развития объектов туристской индустрии вовлекаются многочисленные производители и поставщики разнообразных ресурсов, что закономерно обеспечивает повышение показателей экономической эффективности их деятельности, содействует росту числа рабочих мест в сопряжённых отраслях экономики.

Многообразие методологических принципов, механизмов и инструментов развития должно на практике обеспечивать высокое качество нормативных документов. Однако, оценка и анализ эффективности хода реализации важнейших стратегических программ развития туризма и сопряжённых с ним экономических видов деятельности позволила выявить слабую степень увязки по целям, частое дублирование отдельных элементов, систематическое внесение дополнений, носящих краткосрочный характер, игнорирование кризисных условий и необходимости поддержки занятости, доходов населения, обеспечения мер по стимулированию экономической активности в регионах.

Проведённый анализ доказывает, что до сих пор не существует единой методологии последовательной разработки стратегических планов,

направленных на комплексное обеспечение инструментами развития сферы туризма, отсутствует система взаимосвязанных целевых индикаторов.

Следовательно, ключевой принцип системности развития, в практике осуществления туристской деятельности реализуется не в полной мере.

Среди методологических пробелов следует отметить отсутствие опоры плановых показателей на прогнозные значения, рассчитываемые путём использования эконометрических методов, методов динамического моделирования, построения имитационных моделей, сценариев и других инструментов с учётом оценки текущих факторов и условий функционирования российской экономики, демографических трендов. Тем самым ставится под угрозу реализация таких принципов, как: принцип реалистичности, ресурсной обеспеченности, сбалансированности.

Анализ содержательной части важнейших стратегических документов позволяет заключить, что она в большей степени соответствует характеру плановых документов, отражающих преимущественно вопросы политической риторики и текущие тренды, что в конечном итоге не приводит к достижению ощутимых и прорывных для социально-экономической системы результатов.

В реализуемой на сегодняшний день стратегии пространственного развития регионов в части вопросов формирования механизмов развития туризма на всех уровнях, можно отметить наличие всех перечисленных выше проблем, что подтверждает недостаточную проработку методологического аппарата.

В связи с наличием вышеперечисленных проблемных аспектов необходимо уделить внимание актуализации принципов комплексного развития применительно к туристской сфере деятельности. Полагаем, что ряд принципов можно рассматривать в составе других, так как представляется возможным сузить их число за счёт расширения включаемых в содержание оснований (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Укрупнённая группировка принципов формирования механизмов развития туризма

№	Общий методологический принцип	Частные методологические принципы
1	Системности	Комплексности, сложности, организованности, единства, целостности, целенаправленности
2	Согласованности	Разграничения полномочий, преемственности, ответственности, сочетания отраслевого и регионального аспектов планирования, сбалансированности, программно-целевой принцип
3	Непрерывности	Гибкости и адаптивности, устойчивости
4	Альтернативности	Оптимальности, вариантности
5	Верифицируемости	Достоверности, точности, адекватности, объективности, прозрачности, соответствия показателей целям, реалистичности
6	Рентабельности	Результативности и эффективности, ресурсной обеспеченности
Специфические принципы механизмов развития туризма		
7	Приоритетности	Конкретности целей
8	Цифровизации	Оценки цифровой активности, выявления степени готовности к применению цифровых технологий
9	Синергизма	Совместности, согласованности, сотрудничества
10	Мультипликативности	Взаимосвязи, взаимодействия, акселератора

Источник: составлено автором

5. В качестве *методов* реализации организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма считаем уместным, использовать эконометрические методы, методы динамического моделирования, построения имитационных моделей, сценариев и других инструментов с учётом оценки текущих факторов и условий функционирования российской экономики, что обусловлено сложностью отображения всех возможных траекторий развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций.

3.2 Целевой иерархический подход к формированию организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма

Исходным базисом методологии формирования механизмов развития, согласно выводам В.Е. Лепского [128], О.П. Личинана, И.А. Арзуманова,

Ф.С. Галепольского, [129] выступает система целеполагания, позволяющая формулировать укрупнённые цели по уровням развития с последующей их декомпозицией.

Изучение содержательной части стратегических документов, ориентированных на поддержку развития национального рынка туристско-рекреационных услуг, позволяет выделить несколько целей, которые могут рассматриваться в качестве наиболее значимых:

- цель концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»
- создание условий для эффективного развития сферы туризма с увеличением вклада отрасли в валовой внутренний продукт более чем на 70% к 2025 году. Также в документе приведены некоторые целевые ориентиры и установки: сбалансированное пространственное развитие; обеспечение устойчивого социально-экономического развития субъектов с учётом снятия инфраструктурных ограничений и полного использования туристского потенциала территорий;

- цели, приведённые в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» – комплексное развитие внутреннего и въездного туризма за счёт создания и обеспечение условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках; усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для населения;

- цели национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» – рост внутренних поездок, в том числе за счёт импортозамещения с 65 млн. до 140 млн. поездок; повышение числа рабочих мест с 2,5 млн. до 4,7 млн. занятых; увеличение экспорта туристских услуг с 11 млрд. долл. США до 22,3 млрд. долл. США. Анализируя приведённые выше цели, можно обнаружить формальный характер и несоответствие их содержания уровням комплексного развития туризма.

Создание механизмов формирования качественного туристского продукта как одна из ключевых целей развития на федеральном уровне не является достаточной для достижения практического результата, так как, прежде всего, качество услуг в туризме определяется поведением бизнес-структур, участвующих в создании турпродукта и его продвижении, при этом источником мотивации служит оценка возможности достижения частных коммерческих целей. Обеспечение благоприятных условий эффективного развития сферы туризма скорее является целью регионального и муниципального уровней, так как именно на этих уровнях можно дать объективную оценку активности турбизнеса, выявить имеющиеся барьеры и разработать программу снижения степени их негативного влияния, особенно в условиях технологических трансформаций. То же самое относится и к цели обеспечения устойчивого социально-экономического развития субъектов на основе формирования интегрированных территориальных структур туристско-рекреационной направленности.

Эта цель может характеризоваться как цель механизмов регионального уровня развития в силу того, что практика развития туристской деятельности определяется совокупностью свойств, факторов и инструментов развития туристской территории по производству и реализации туристского продукта, в числе которых степень развития географического, экономического, культурного и социального пространств. В этой связи обоснованное решение о возможности включения имеющихся ресурсов в туристский оборот целесообразнее принимать на уровне региона.

Цели, направленные на усиление цифровизации в производстве, реализации и продвижении туристского продукта, можно отнести к целям, дублирующим вопрос, входящий в компетенцию таких министерств и ведомств, как Министерство экономического развития РФ, Министерство труда и социальной защиты РФ, Министерства культуры РФ и др.

Основываясь на проведенном анализе целевых установок, приведенных в стратегических документах развития туризма в России, в качестве

ключевого может выступать механизм исходя из формулирования укрупнённой цели по уровням развития с последующей их декомпозицией путём использования инструмента «дерево целей».

Федеральному уровню развития следует делегировать полномочия по формированию и реализации концепции развития туризма, региональной власти – формулирование и решение стратегических задач, а муниципальной власти – проведение программно-целевых мероприятий.

Подобный уровневый цикл реализации механизмов развития туризма можно представить следующим образом (рис. 3.3).

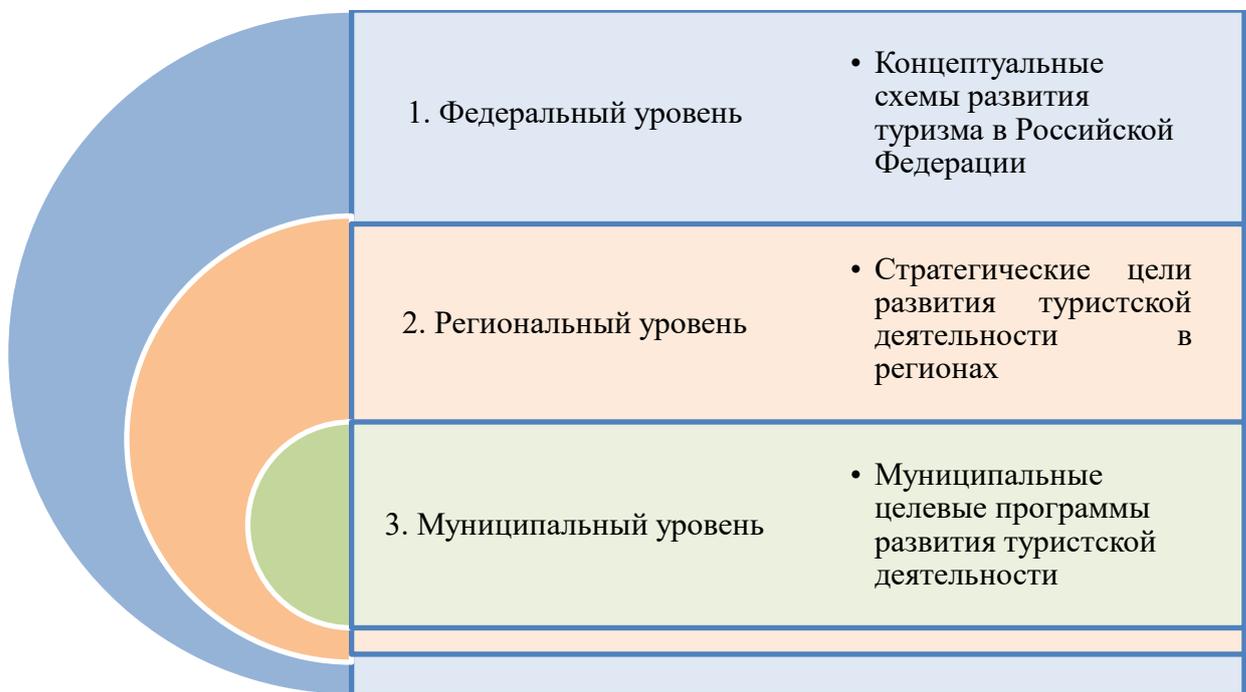


Рисунок 3.3—Поэтапный цикл реализации механизмов развития туризма в РФ

Источник: составлено автором

Концептуальную цель федерального уровня можно определить как реализацию механизмов импортозамещения туристских услуг; стратегические цели регионального уровня могут характеризоваться как экономические механизмы, а цели муниципального уровня – как социальные инструменты и механизмы. Все перечисленные выше цели носят характер генеральных целей и подлежат процессу декомпозиции на цели более низкого ранга (рисунок 3.4).

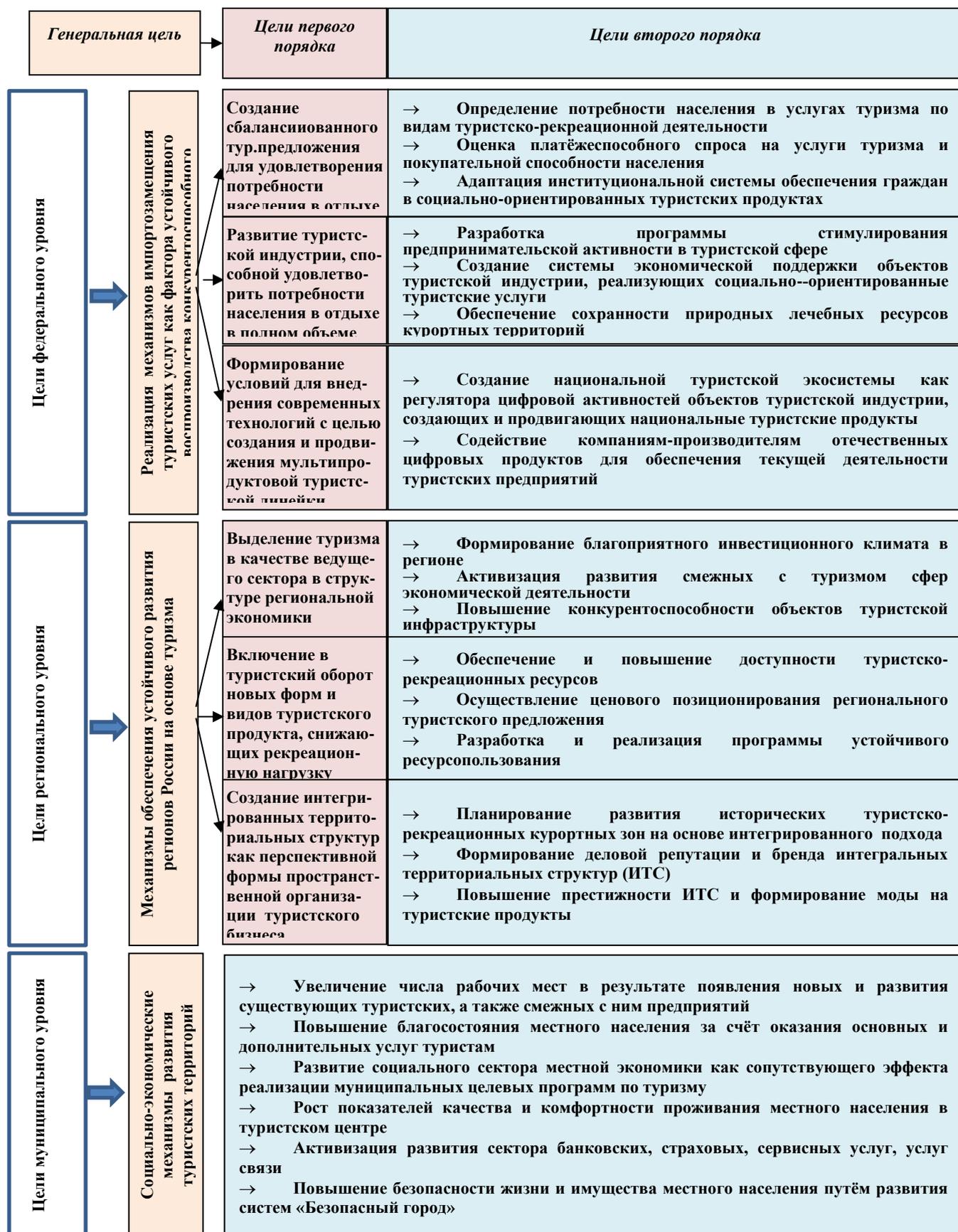


Рисунок 3.4 –Целевой подход к формированию механизмов развития туризма
 Источник: составлено автором на основе Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.

<http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>

Схема, представленная на рисунке, составлена с применением инструмента «дерево целей», суть которого изложена в трудах Н.Д. Анисимовой [9], Н.И. Костюченко, Е.А. Хенцинского, Д.А. [65] и ряда др. исследователей.

Преимуществом данного метода в решении задач формирования механизмов развития сферы туризма можно считать следующее:

– целевой подход позволяет скоординировать деятельность министерств и ведомств на всех уровнях государственной власти, курирующих процесс создания стратегических документов по развитию туризма. При этом федеральному уровню делегируется разработка концептуальной программы развития туризма в стране, региональные уровни на основе оценки и анализа будут разрабатывать стратегии развития туризма с учётом региональных особенностей в рамках федеральной концепции, а муниципалитеты – разрабатывать программно-целевые документы согласно региональным стратегиям;

– проведение увязки обязанностей исполнителей плановых и проектных задач в обеспечении комплексного развития, повышение их взаимной ответственности, санкционные меры в отношении конкретных лиц за срыв сроков, объёмов работ, сбой в графиках финансирования;

– организация чёткого контроля исполнительской дисциплины путём установления последовательности и сроков реализации стратегических задач, направленных на реализацию механизмов развития туризма;

– обеспечение высокой степени управляемости ходом реализации механизмов по каждой обозначенной задаче в рамках каждого этапа стратегического плана по параметрам времени, объемам выделенного и освоенного финансирования, полученного результата;

– разнообразие целей позволяет проявлять большую гибкость планирования в случае усиления негативного влияния факторов риска и неопределённости экономического, политического, социального, экологического характера.

Чёткое целеполагание способствует повышению эффективности информационно-коммуникационного процесса управляемости ходом реализации стратегических мероприятий путём формализации целей в виде системы поддающихся измерению показателей, что становится основой реализации механизмов в результате анализа отклонений фактических значений от плановых.

Следующим элементом методологии формирования организационно-экономических механизмов развития сферы туризма выступают *методы исследования*, позволяющие исследовать выявленные тенденции и факторы развития сферы туризма в условиях технологических трансформаций, а также разработать способы оптимизации и модернизации хозяйственной деятельности.

К числу базовых методов исследования туристской деятельности можно отнести системный анализ и синтез, социально-экономический анализ, сценарный метод, индикативный метод, методы импульсного (когнитивного моделирования), программно-целевой метод и ряд других.

Так, например, метод системного анализа предполагает декомпозицию системы туризма, выделяя такие подсистемы как экономическая, социальная, экологическая и цифровая, представленную на рисунке 3.5.

Все представленные элементы системы туризма взаимосвязаны и взаимозависимы. Так, механизмы государственной политики определяют комфортность предпринимательской среды в туристской сфере. Обусловленные этими механизмами применение цифровых технологий приводит к росту числа коллективных средств размещения, позволяет обслуживать большой туристский поток. Таким образом, имеет место не только поэлементное дробление системы туризма, но и установление характера происходящих между этими элементами трансформационных процессов, связей, взаимозависимостей. Выделяется драйвер, являющийся инициатором процесса запуска, активизации процессов развития всей

системы, отслеживаются те его действия, которые приводят к осязаемым и измеримым изменениям во всей системе.

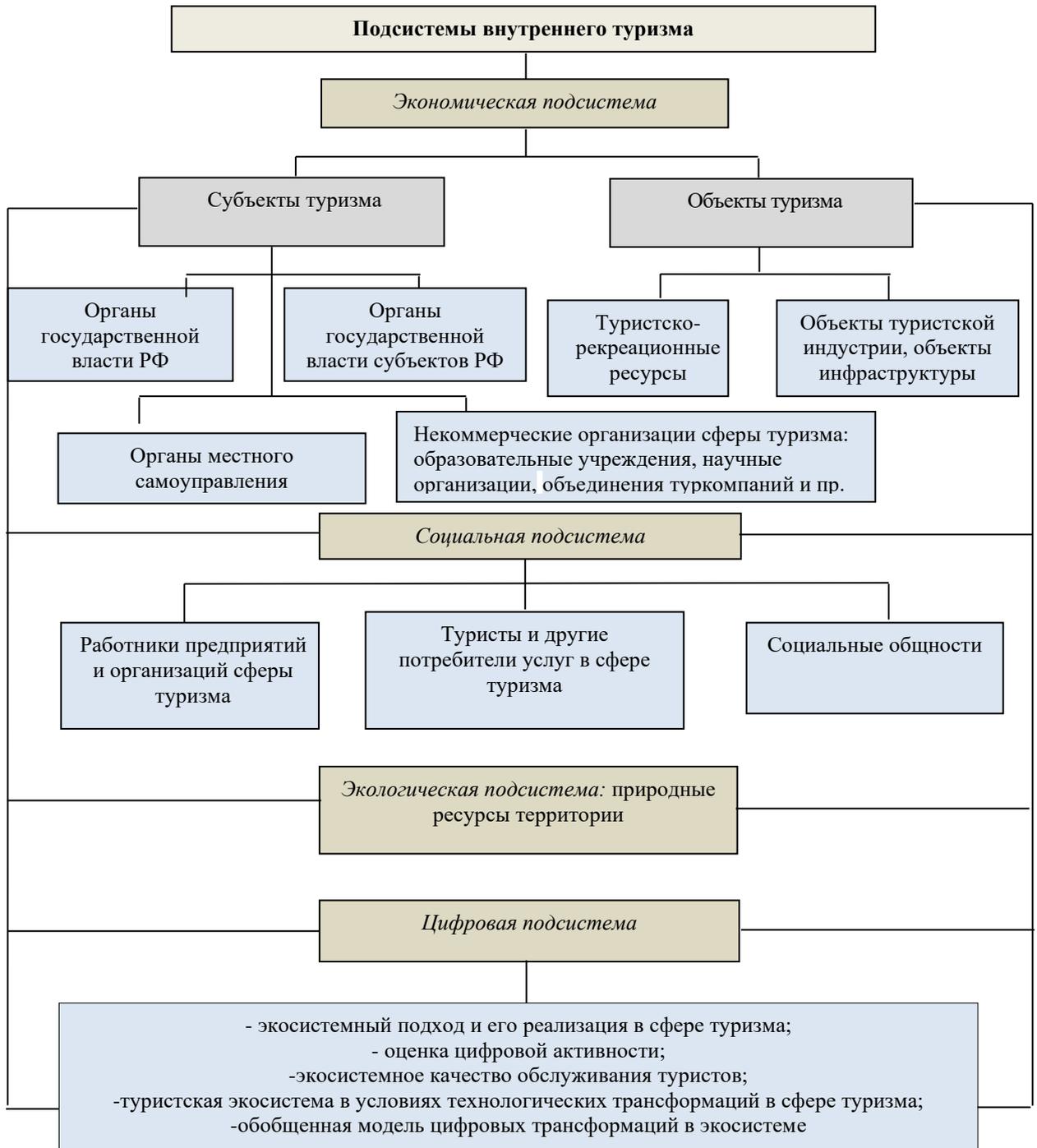


Рисунок 3.5 – Поэлементная декомпозиция системы туризма, направленная на оптимизацию комплексного развития

Источник: составлено автором

Применение системного анализа с точки зрения декомпозиции системы туризма в направлении его дальнейшего развития, возможно, осуществлять исходя из целевых ориентиров, которые можно представить в виде

логической цепочки «цели - задачи - мероприятия - средства - способы - оценка эффективности».

Далее уже следует формировать план мероприятий с последующей оценкой требуемых ресурсов и оценкой эффективности реализации (рисунок 3.6).

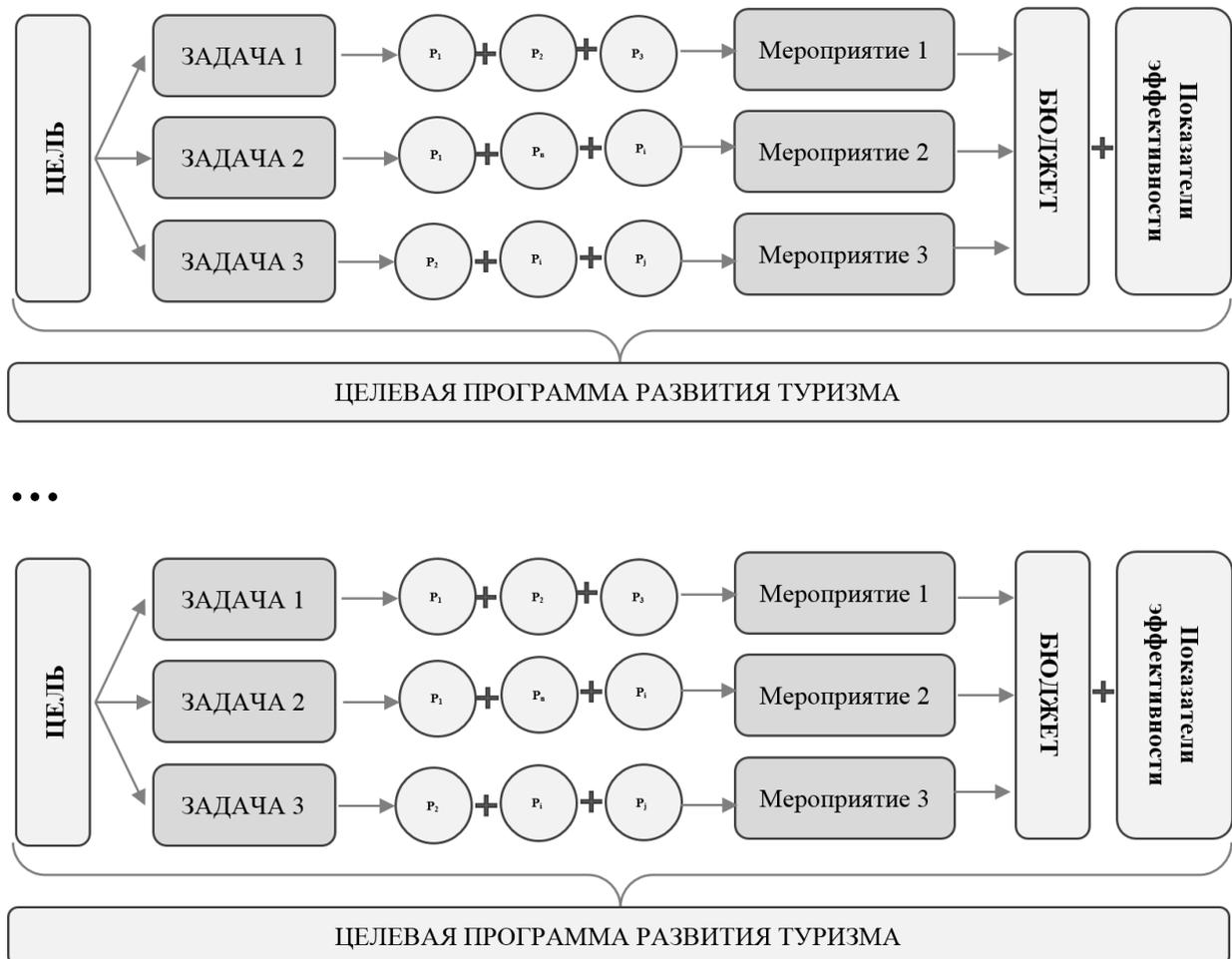


Рисунок 3.6 – Алгоритм разработки дерева решений по формированию механизмов развития туризма в соответствии с целевыми ориентирами
Источник: составлено автором

В представленном алгоритме важным аспектом является механизмы подбора и оценки достаточности, необходимых для достижения цели региональных туристско-рекреационных, финансовых, кадровых, информационных, инфраструктурных и прочих видов ресурсов, которые используются в ходе реализации программных мероприятий. Повышению эффективности программно-целевого подхода к формированию механизмов

развития туризма способствует применение инструментов прогнозирования для определения наиболее перспективных направлений развития туристско-рекреационной деятельности и предотвращения расходования ограниченных ресурсов для решения неэффективных задач. Основные положения целевых программ, таким образом, становятся научно-практическим базисом развития туризма в (рисунок 3.7).

		Разработать алгоритм сбора информации по клиентам в соответствии с законодательными актами	Сгенерировать туристский продукт, наиболее соответствующий возрасту, доходам и интересам потребителя	Сгенерировать похожие предложения по анализу информации клиентов со схожими исходными данными с текущим клиентом	Разработать систему лояльности	Разработать алгоритм информирования клиента о туристских предложениях и механизм реализации данного предложения клиенту		
Цели по уровням иерархии	Генеральные цели по уровням	Декомпозиция генеральной цели на подцели	ЗАДАЧИ				Объем реализованных услуг	Жизненный цикл клиента
ЦЕЛИ			МЕТРИКИ				Стоимость привлечения клиента	Изменения числа повторных продаж
			Количество измененных туров, выбранных клиентов из списка динамического альтернативного предложения				ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ С ФАКТОРНЫМ АНАЛИЗОМ ОТКЛОНЕНИЙ	
			Оценка результатов функционального моделирования развития туристско-рекреационной сферы во взаимосвязи и взаимовлиянии факторов					

Рисунок 3.7 – Структура целевого подхода к развитию туризма

Источник: составлено автором

В соответствии с представленной структурой целевого подхода можно выделить следующие составляющие блоки:

1) Цели. В соответствии с рисунком 3.4 «Целевой подход к формированию механизмов развития туризма» автором выделено три уровня иерархии: федеральный, региональный и местный и соответствующие каждому уровню генеральные цели, цели первого порядка и цели второго порядка.

2) Задачи в соответствии с поставленными целями:

– Разработать алгоритм сбора информации по потребителям туристского продукта, не противоречащий законодательным актам РФ с последующим формированием базы данных информации по клиентам;

– Сгенерировать туристский продукт, наиболее соответствующий возрасту, доходам и интересам потребителя;

– Сгенерировать похожие предложения по анализу информации клиентов со схожими исходными данными с текущим клиентом;

– Разработать систему лояльности;

– Разработать алгоритм информирования клиента о туристских предложениях и механизм реализации данного предложения клиенту.

3) Метрики (показатели) оценки проводимых мероприятий по формированию туристского предложения, рассчитываемые с определенной периодичностью во взаимосвязи с факторами, на них влияющими:

– объем реализованных услуг;

– жизненный цикл потребителя;

– стоимость привлечения потребителя (туриста);

– изменения числа повторных продаж;

– количество измененных туров, выбранных клиентов из списка динамического альтернативного предложения.

В свете выше сказанного, в развитии основных процессов туристской деятельности, в качестве отдельного направления, стоит главная задача –

сформировать концепцию механизмов развития, стандартизировать протокол графического отображения моделей процессов туристской организации. Таким образом, последние годы сторонники бизнес-процессной концепции реализации механизмов развития работают над совершенством протоколов моделирования процессов, цель которых дать всем участникам бизнес - анализа единый, доступный код для коммуникации. На сегодняшний день существуют следующие семейства графических нотаций моделирования (таблица 3.2).

Таблица 3.2 – Нотации моделирования бизнес-процессов в туристской деятельности

Нотация	Специфика
Business Process Model and Notation	Система обозначений, применимых для описания общей логики бизнес-процесса в туристской деятельности; в последнюю версию входит 103 элемента; используется при донесении информации широкой целевой аудитории
«Плавающие линии»	Является графическим описательным дополнением к таким нотациям как Business Process Modeling Notation (BPMN) и Unified Modeling Language Activity diagram. Используются для детализации определенного процесса при формировании туристского продукта или услуги или объединения одной категории процессов
Блок-схема	Инструмент для описания общей картины бизнес-процесса; включает небольшое количество простых графических элементов; применяется для «быстрого» моделирования процесса
Событийная цепочка процессов (EPC)	Разработка в рамках нотации ARIS; учитывает события в качестве входа или выхода определенного этапа процесса; используется для описания сложных моделей
Унифицированный язык моделирования (UML)	Поддерживается некоммерческой организацией OMG; используется для описания требований к информационным системам
Семейство IDEF	Федеральный стандарт, выдвигающий на первый план входы, выходы, механизмы и средства управления процессом, также детально описывает вертикальные и горизонтальные связи туристских предприятий или элементов системы управления; метод, подходящий для обзорного описания компании

Нотация	Специфика
Систематизирование потока ценности (VSM)	Нотация, применимая в рамках концепции Бережливое производство и зеленые технологии в устойчивом развитии туризма; отличается простотой набора символов, отражает затраты ресурсов на реализацию процесса и его эффективность.

Источник: составлено автором по данным [95]

Самым широко признанным ее подмножеством стала методология семейства нотаций IDEF, первая из которых IDEF0 появилась благодаря инициативе Министерства обороны США.

Данная методология применяется для описания организации с точки зрения стратегического менеджмента. Главные элементы метода IDEF0 для преобразования элементов системы бизнес-процессов в цифровом формате можно представить в виде схемы: (рисунок 3.8)

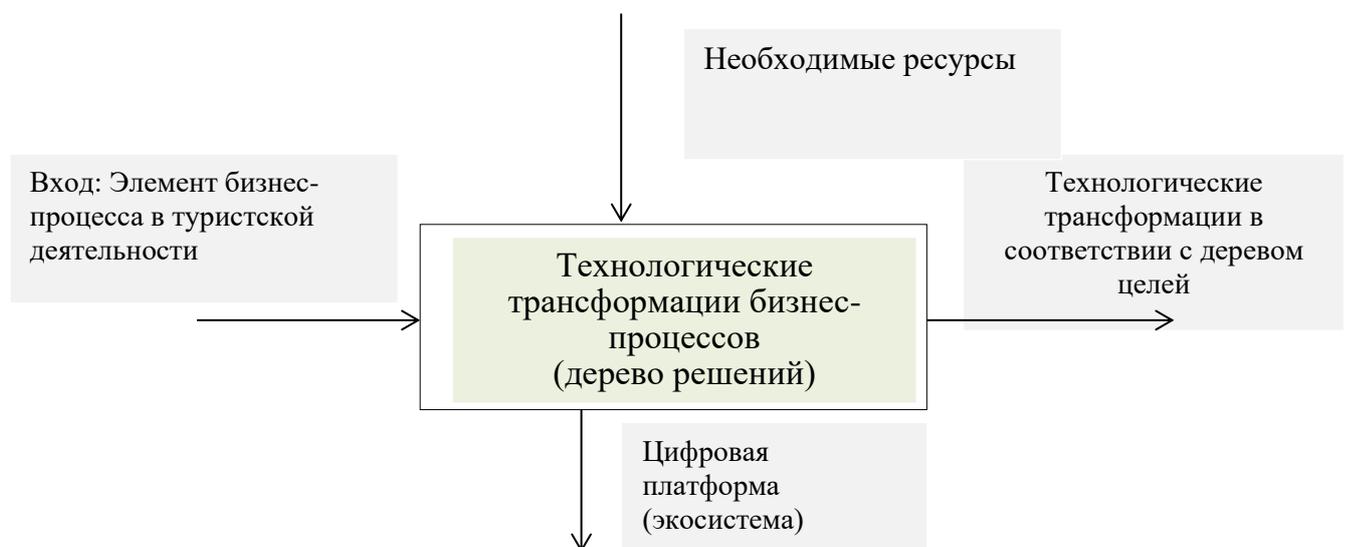


Рисунок 3.8 - Схема бизнес-процессов, направленных на реализацию механизмов цифровых трансформаций в туристской деятельности, согласно методике IDEF0

Источник: составлено автором на основе IDEF0. Знакомство с нотацией <https://www.trinion.org/blog/idef0-znakomstvo-s-notaciyey-i-primer-ispolzovaniya>

В результате проведения процедур в отношении трансформируемых элементов определенных бизнес-процессов происходит реализация ресурсов в соответствии с требованиями цифрового формата.

По мере эволюции данного направления в системе развития, стало принято различать уровни моделей и соответствующих бизнес-процессов. Нулевым уровнем является контекстная диаграмма, на которой туристская организация представлена в виде одного блока с четырьмя видами стрелок, символизирующих связи с окружающей средой.

Первый уровень отображает обзорный анализ туристской организации по наиболее крупным структурным подразделениям или по сегменту деятельности, например в гостиничном секторе туризма.

Декомпозиция процесса генерации, информирования и реализации туристского продукта потребителю представлена на рисунке 3.9

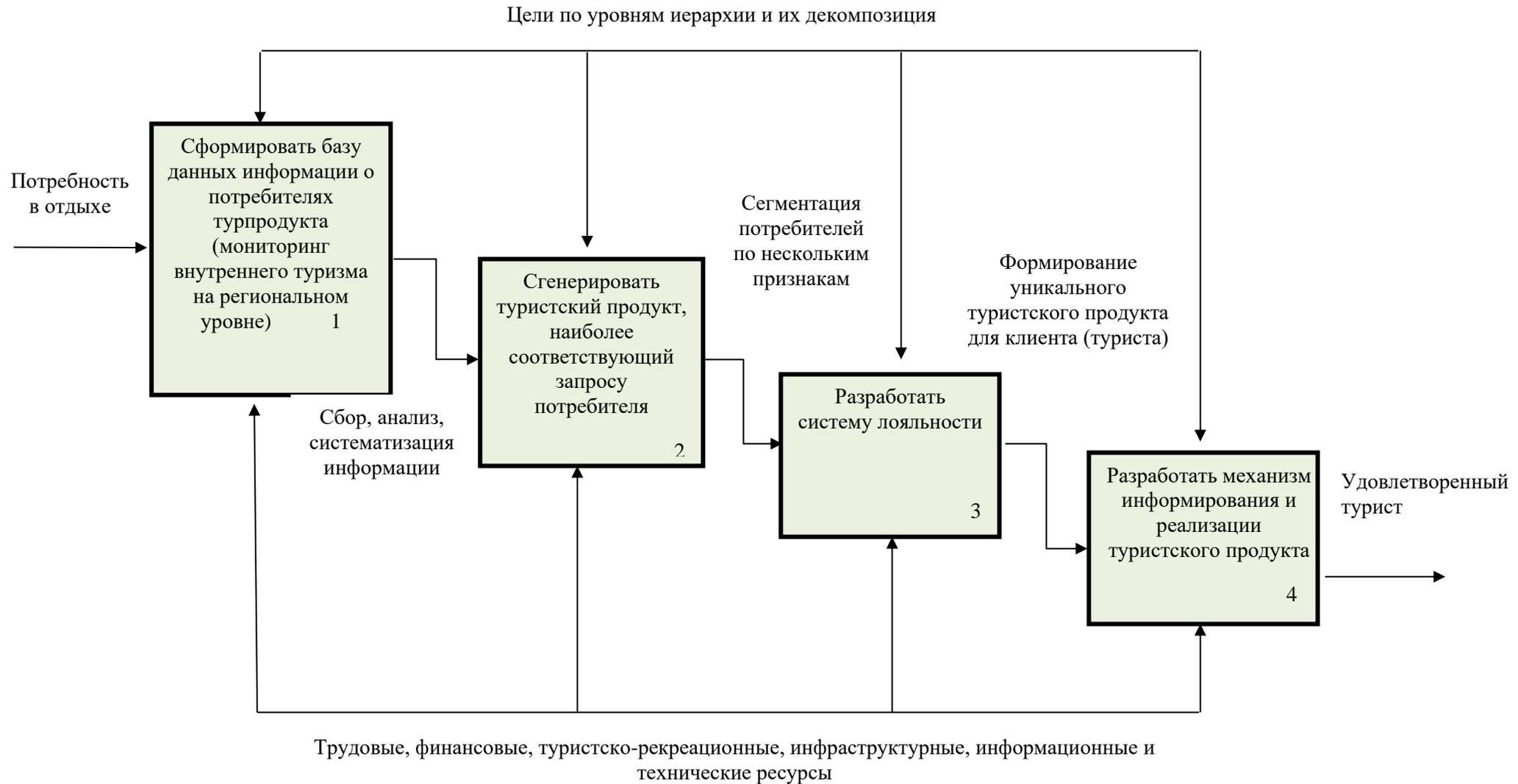


Рисунок 3.9 - Декомпозиция процесса генерации, информирования и реализации туристского продукта потребителю
 Источник: составлено автором

Еще одним известным методом статистического анализа в реализации бизнес-процессов, который широко применяется в туристском бизнесе, является метод «Шесть сигм». Его создателем считается Билл Смит, сотрудник корпорации Motorola, продолживший идеи IDEF0. На сегодняшний день, данный метод унифицирован и регламентирован в международных и отечественных стандартах, согласно которым «Шесть сигм» разработан с целью:

- постепенного улучшения процессов ведения туристской деятельности и результатов от их реализации, особенно в условиях глобализации и цифровой трансформации;

- высокая достоверность результатов исследования;

- минимизация ошибок;

- сокращение потерь при реализации бизнес-процесса.

В основе метода «Шесть сигм» лежит последовательность DMAIC. На этапе «Define» определяется потребитель процесса, требования, цели, стоящие перед ним, и результаты. Затем идет самый долгий этап «Измерение», который сводится к наблюдению за исследуемым процессом, измеряется месяцами. Затем с помощью контрольных карт – маршрутизаторов выборка находит свое графическое отображение для наглядности проблемных «точек». Еще одним методом визуализации статистического наблюдения является диаграмма Парето. В данном случае речь идет о столбчатой диаграмме, высота столбцов показывает частоту возникновения отклонений от запланированного результата.

В результате применения диаграммы Парето, выявляются основные случаи отклонений от определенных условий в туристской деятельности, которые возникают по определенной причине. После составления и систематизации выборки данных проводится этап «Анализ» для выявления причин отклонений, что позволяет вовремя выявить «узкие места» ведения туристского бизнеса на определенном участке и принять соответствующие меры. Еще одним методом, представляющим большой интерес для

туристской деятельности, является метод диаграммы Исикавы, с помощью которого можно провести структурный анализ механизмов, влияющих на образование конкретного отклонения от прогнозируемого результата. Строится диаграмма в виде «рыбьего скелета», которая отображает систему причинных факторов, повлиявших на показатели качества обслуживания туристов в сегменте гостиничного бизнеса. Общие факторы разбиваются на более частные до тех пор, пока в бизнес-процессе не будет выявлен весь перечень детерминант.

С позиции автора настоящего исследования этап «Анализ» является ключевым в обеспечении развития, так как от степени его глубины и охвата, зависит результат интерпретации полученных данных, поэтому параллельно с озвученным методом можно применять также метод FMEA, позволяющий выявить причинно-следственную связь между ошибками процесса и факторами, на него влияющими.

Завершающие два этапа заключаются в совершенствовании бизнес-процессов и контроле достигнутых результатов.

В вопросах формирования механизмов развития внутреннего туризма весьма важной является проблема более полного использования разнообразного туристского потенциала, пространственного развития туристских территорий, предполагающая в качестве нового подхода к территориальному управлению - формирование интегрированных территориальных туристских структур, позволяющих преодолеть муниципальные (региональные) административные барьеры в условиях технологических трансформаций.

3.3 Интегрированные территориальные структуры как важнейший инструмент реализации экономико-организационных механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций

В последнее время в России в сфере туризма усиливается внимание к интеграционным процессам в развитии территорий, среди которых территориальные объединения занимают определенное место, поскольку являются типичными представителями интегрированных социально-экономических систем, предполагающие соответствующие подходы к развитию, управлению и взаимодействию своих структур.

Усиление интеграционных процессов в развитии туристских территорий приводит к усложнению механизмов эффективного развития, особенно в тех случаях, когда необходимо взаимодействие при выходе за свои административные границы. Экономически-эффективный механизм развития территориальных объединений дает возможность динамичного развития как самих территорий, входящих в их состав, так и инфраструктуры и финансов, обеспечивая тем самым условия их устойчивого развития.

Тем не менее, на федеративном уровне в отношении туристских интегрированных территориальных структур нормативно-правовые и регламентирующие деятельность документы начинают только формироваться, хотя в планах отдельных территорий интеграция как особая категория присутствуют довольно давно. Исследования практики уже функционирующих интегрированных территориальных структур, к примеру, кластерам, показали, что существуют много еще проблем и неоднозначных толкований, к примеру, в научном обосновании форм и направлений интенсивности взаимодействия туристских территорий. Не выработан единый подход к пониманию вопросов оценки результативности в отношении подобного рода объединений, хотя необходимость подобной

оценки давно назрела, особенно в части территориальных образований туристско-рекреационной специализации.

Несмотря на значительный интерес современных экономистов и специалистов в сфере управления социально-экономическими процессами применительно к территориальным объединениям, в настоящее время еще недостаточно полно определены методические инструменты исследования их формирования и развития, а также их значимости для конкретного региона. Не выработаны единые критерии, показатели и индикаторы позволяющие изучить степень интенсивности взаимодействий территорий, формирующих туристские пространства.

В настоящее время в России реализуется Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», который направлен, в первую очередь, на обеспечение эффективного взаимодействия и координацию деятельности всех участников сферы туризма. В качестве базовых мер, отражающих цели Национального проекта, разработаны три Федеральных проекта, направленных на совершенствование инфраструктуры предприятий туризма и индустрии гостеприимства, формирование качественных туристских продуктов, соответствующих мировым стандартам, рост информированности туристов в части потребления туристских услуг, а также с совершенствованием процессов управления в сфере туризма.

В целях роста привлекательности туристской сферы Нацпроектом предполагается также формирование туристских мастер-планов отдельных территориальных образований, а не только локальных кластеров по отдельным видам туризма. Таким образом, речь идет уже о пространственном планировании туристских территорий во взаимной увязке туристского потенциала, туристских потоков, инфраструктурной и экологической нагрузки с возможностью комфортного, безопасного и доступного отдыха.

В качестве важнейшего инструмента в реализации целей и задач Национального проекта могут стать интегрированные территориальные структуры.

Необходимость использования процессов интегрирования территориальных структур определяется государственной программой РФ «Развитие туризма», утвержденной постановлением Правительства РФ от 24.12.2021 г. № 2439, которая рассчитана на период до 2030 года. В государственной программе стратегического планирования впервые сказано о туристских макро территориях, в качестве новой формы пространственных образований в сфере туризма, которые представляют собой «объединение субъектов РФ и входящих в их состав муниципальных образований, являющихся туристско-привлекательными как для российского, так и для международного туриста (объединение точек притяжения туристов в единый туристский маршрут)»²². Поясняется, что такое объединение направлено на создание единого туристского бренда, увеличение объема въездного туристского потока, объема туристских услуг, а также темпа прироста числа размещенных туристов в коллективных средствах размещения. В данном документе определен состав макро -территорий, состоящий из 12 территориальных образований, для каждой из которых будет сформирован соответствующий мастер-план. Такого рода пространственно-ориентированный подход относительно дальнейшего развития туристского пространства с акцентом на интеграцию является сравнительно новым для системы территориальной организации туризма в Российской Федерации. Так, в действовавшей ранее федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» для развития сферы туризма предлагалось использовать кластерный подход. Под кластером в данном контексте понимается «сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся

²² Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 г. № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма».

разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами». ²³ При этом кластерный подход направлен в первую очередь на достижение коллективных результатов взаимодействующими субъектами туристской индустрии, в то время как новый пространственный подход нацелен на развитие прежде всего территорий, обладающих определенным туристским потенциалом

Если исходить из понятия «интеграция» в наиболее общем виде, то ее значение предполагает состояние связанности отдельных частей в целое, а также процесс, ведущий к такому состоянию. То есть по сути дела, интеграция предполагает формирование некоей совокупности, объединяющей отдельные части в целостную структуру.

Изучению интеграционных структур применительно к территориальным образованиям, включая территории туристско-рекреационной направленности, посвящены работы российских и зарубежных ученых. Базовым понятием подобных исследований явилась дефиниция «рекреационная система», предложенная В. С. Преображенским [152] которая по сути дела представляет собой систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала и отдыхающих (рекреантов), характеризующуюся функциональной и территориальной целостностью. Однако, в его работах не рассмотрены вопросы координации деятельности субъектов туристско-рекреационных систем, а также их границы.

В современных научных представлениях концепцию туристско-рекреационных систем развивает Л. Ю. Мажар [98] указывая на то, что территориальные туристско-рекреационные системы представляют собой один из видов общественных геосистем, совокупность элементов которой

²³ Распоряжение Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644 «О федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

объединена пространственными отношениями и взаимосвязями. Л. Ю. Мажар предлагает выделять четыре иерархических уровня территориальных туристско-рекреационных систем: территориальные системы высшего уровня, национальные, региональные и локальные туристско-рекреационные системы в границах муниципальных образований, не рассматривая вопросы их интеграции. Ряд других авторов, в числе которых работы Василенко В.Н., Швец И. Ю., Marek Demczuk [41], и др. исследователей, рассматривая проблемы пространственно-региональной организации сферы туризма, обосновывают точку зрения о различии типов туристской деятельности в зависимости от туристского пространства, рассматривают развитие региональной экономики на основе объединения и гармонизации всего экономического пространства.

Встречаются работы, в которых обосновываются в качестве важнейших форм территориальной организации туризма только первичные структуры, к примеру кластеры.

Прогнозирование и сценарное моделирование социально-экономических процессов территорий отражено в исследовании Нижегородцева Р.М.[143]. Оценке территориальных дисбалансов в интеграционных структурах посвящено исследование, представленное в трудах Gorbatiuk K. [27].

Подобные различия в трактовке интегрированных территориальных структур обусловлены многими причинами, среди которых можно выделить следующие:

во-первых, многие исследователи подходят к рассмотрению территориальных объединений, используя административный подход, который основан на вхождении в их состав ряда территориальных образований, имеющих свою собственную структуру управления, потенциал и траектории развития;

во-вторых, возникают определенные сложности при разработке механизмов управления вследствие отсутствия однозначной методики

оценки степени экономической обособленности территорий, входящих в территориальную интеграцию, и интенсивности их взаимодействий;

в-третьих, отсутствует системный подход к рассмотрению стартовых условий формирования, позволяющий, на основании изучения многообразия функциональных признаков и сопоставимых стандартов выявить индикаторы эффективности их функционирования;

в-четвертых, при разработке типологизации интегрированных территориальных структур (ИТС), в большинстве случаев используются только количественные параметры функционирования – количество поселений, численность населения, площадь территории и др., не рассматривая при этом качественные критерии их функционирования.

Таким образом, в большинстве случаев формы территориальной организации туризма определяются как территориальное размещение населённых пунктов, которые связаны социально-экономическими параметрами. Вопросы управления и конечные результаты подобного объединения –эффекты остаются, как правило, в стороне.

С нашей точки зрения, основные структурные элементы интегрированной территориальной структуры следует определять и анализировать в рамках определенной типологизации по количественным и качественным свойствам, таким как: функциональные признаки, социально-экономический потенциал, модели управления, а также стартовые условия, процессы формирования и управления с учетом получаемого эффекта (рисунок 3.10).

В представленном рисунке типология интегрированных территориальных структур рассматривается с точки зрения территориального и управленческого аспекта.

Одним из отличительных признаков в системе типологизации являются стартовые условия, позволяющие запустить процессы взаимодействий ее элементов и оценить степень интенсификации этих взаимодействий.

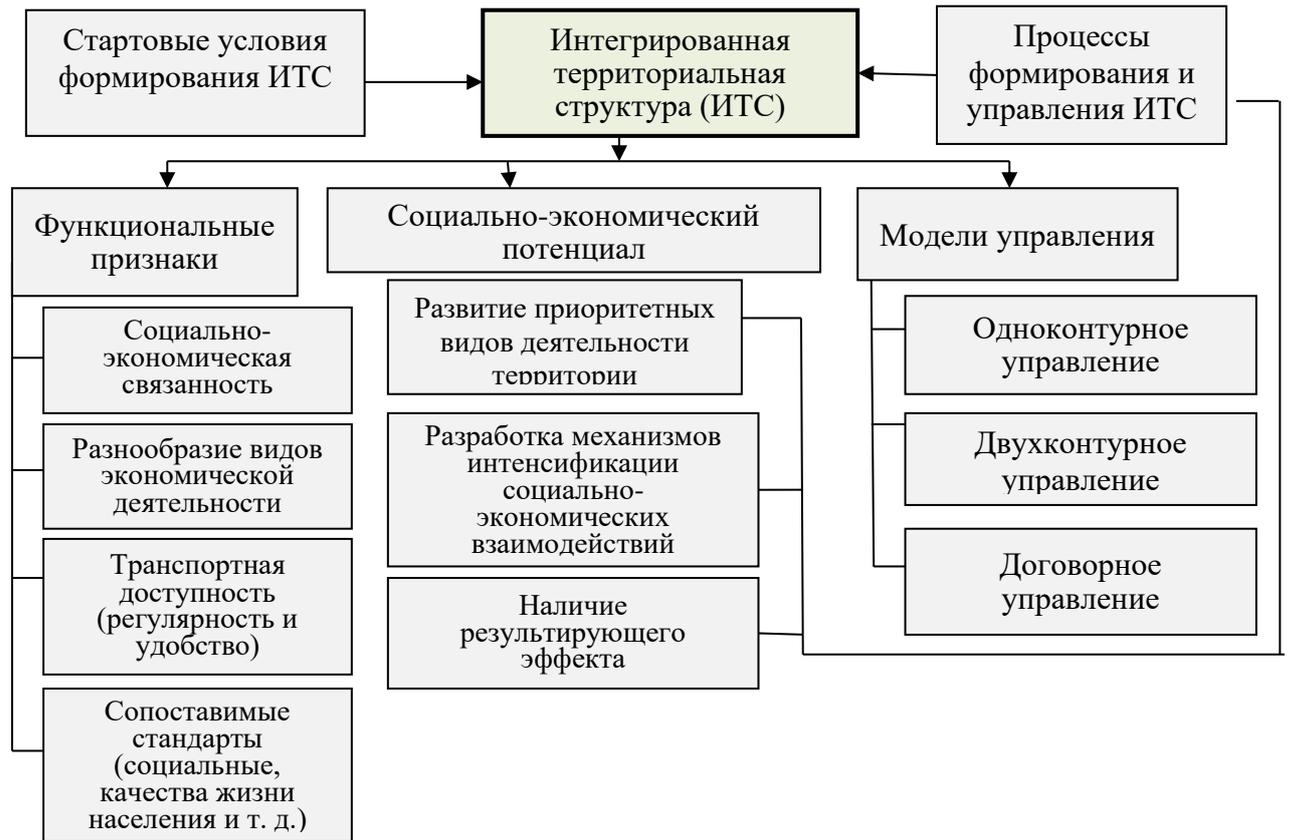


Рисунок 3.10 - Функциональная типология интегрированных территориальных структур как важнейшего механизма развития внутреннего туризма

Источник: составлено автором

Еще одним типологическим признаком является социально-экономический потенциал и его влияние на развитие территориального образования. В нем ранжируются факторы, параметры и показатели.

Что касается такого признака, как процессы формирования и управления ИТС, то в данном случае речь идет, в первую очередь, о разработке моделей управления с выходом на результирующий эффект.

В контексте данного исследования ИТС рассматривается как целостная система совместного развития территорий, обладающая соответствующими инструментами и механизмами развития, достаточным социально-экономическим потенциалом, определенной моделью управления, построенной в соответствии с функциональными признаками с выходом на

результатирующий эффект. Таким образом, интегрированную территориальную структуру можно интерпретировать как автономную туристско-рекреационную систему с присущими ей механизмами, инструментами и взаимосвязями.

В целях идентификации интегрированных территориальных структур, и такого его вида как, туристское, следует детализировать взаимодействия по базовым социально-экономическим параметрам, определяющим социально-экономический потенциал территориальных образований исходя из возможности и транспортной нагрузки территории, уровня интенсивности информационных, инвестиционных, инновационных и др. видов потоков.

Перечисленные потоки взаимодействий различаются не только их интенсивностью, но и самими формами и направлениями деятельности.

Проблемы идентификации ИТС имеют все возрастающее значение в настоящее время в силу отсутствия единого подхода к определению его базового структурного элемента. Это объясняется сложностью и многокомпонентностью понятия интеграции (система производства туристского продукта, виды и формы туристско-рекреационных услуг, коллективные объекты размещения, концентрация экономической активности населения, задействованного в обслуживании туристов и т.д.).

Системный подход позволяет не только выделить структурные и процессные составляющие ИТС, к примеру, как совокупности туристских территорий, но и определить его место и роль в развитии территориальных систем и ее субъектов.

С учетом указанных преимуществ системного подхода, автором обоснованы следующие особенности интегрированной территориальной структуры:

– это территориальная система, объединяющая совокупность туристско-рекреационных или курортных территорий, как базовых управленческих единиц;

– в ИТС возможно объединение туристских территорий, обладающих всеми признаками самоуправляемой единицы: местный бюджет, органы самоуправления, муниципальная собственность, устав и населенная территория, что позволяет упростить административные процессы межтерриториального взаимодействия;

– оформление ИТС с использованием инструментов территориального сотрудничества позволяет совместно решать вопросы местного значения и координированно использовать туристско-рекреационные ресурсы каждой из территорий, входящих в ее состав.

С точки зрения системного подхода территориальное туристское объединение может пониматься с двух точек зрения:

– в аспекте интенсивности взаимодействий: как тесное взаимодействие территорий по таким направлениям как туристско-рекреационное, финансовое, транспортное, информационное, сервисное, инфраструктурное и т.д., интенсивное взаимодействие которых приводит к существенному росту показателей социально-экономического развития;

– в управленческом смысле – как форма взаимодействия туристских территорий, сформированная на основе добровольного сотрудничества и консолидации ресурсов с целью получения результирующего эффекта и реализации рекреационно-туристских проектов.

Опираясь на данные аспекты, ИТС следует рассматривать в качестве обособленной территориальной социально-экономической системы, которая представляет собой интеграцию туристских территорий с высокой степенью интенсивности взаимодействий в отношении использования туристско-рекреационного потенциала.

Результативность интеграции территорий и выбор концепции управления определяется фактическими и плановыми значениями предикторов базовых параметров социально-экономического развития.

Под предикторами нами понимаются независимые переменные (факторы), определяющие траекторию развития целевого параметра

социально-экономического развития интегрированной территориальной структуры.

В основе построения матричного предиктора ИТС лежат предположения, которые касаются не характера динамики процессов интеграции туристских территорий, а характера их структурного взаимодействия между собой.

Матричный предиктор территориальной интегрированной структуры имеет вид:

$$\text{МПТА}_{t_i} = (\text{ЕМ} - \text{МТП})^{-1} \cdot \text{МПТА}_{t_{i-1}}$$

МПТА_{t_i} – величина i показателя матричного предиктора ИТС в момент времени t , $i = \overline{1, n}$

ЕМ – единичная матрица

МТП - матрица темпов прироста

$\text{МПТА}_{t_{i-1}}$ - величина i показателя матричного предиктора ИТС в момент времени $t-1$, $i = \overline{1, n}$

Структурное взаимодействие туристско-рекреационных территорий в интеграционных процессах описывается косвенными темпами роста и структуры, которые в краткосрочном периоде остаются почти без изменения:

$$\text{МТП} = \frac{1}{n-1} \begin{pmatrix} 0 & v_{12} & \dots & v_{1n} \\ v_{21} & 0 & \dots & v_{2n} \\ v_{n1} & v_{n2} & \dots & 0 \end{pmatrix}$$

В числе показателей матричного предиктора отметим следующие:

1. Структура и величина туристского потока в интегрированной территориальной структуре;
2. Валовая добавленная стоимость туристско-рекреационных услуг, оказываемых в ИТС;
3. Доля работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения ИТС;
4. Удельный вес прибыльных организаций сферы рекреации и туризма;

5. Удельный вес положительных отзывов туристов о качестве оказанных рекреационно-туристских услуг в общем количестве прибытий на территорию.

Исходя из вышеизложенного, предикторная схема регулирования социально-экономического развития ИТС представлена на рисунке 3.11.



Рисунок 3.11 – Предикторная схема интегрированной территориальной структуры

Источник: составлено автором

Опираясь на системный подход, процесс формирования и развития интегрированной территориальной структуры может быть представлен в виде последовательности этапов, обеспечивающих переход от простой совокупности туристских территорий к пространственно- локализованной и институциональной системе, в рамках которой возможно осуществление процессов управления (рисунок 3.12).

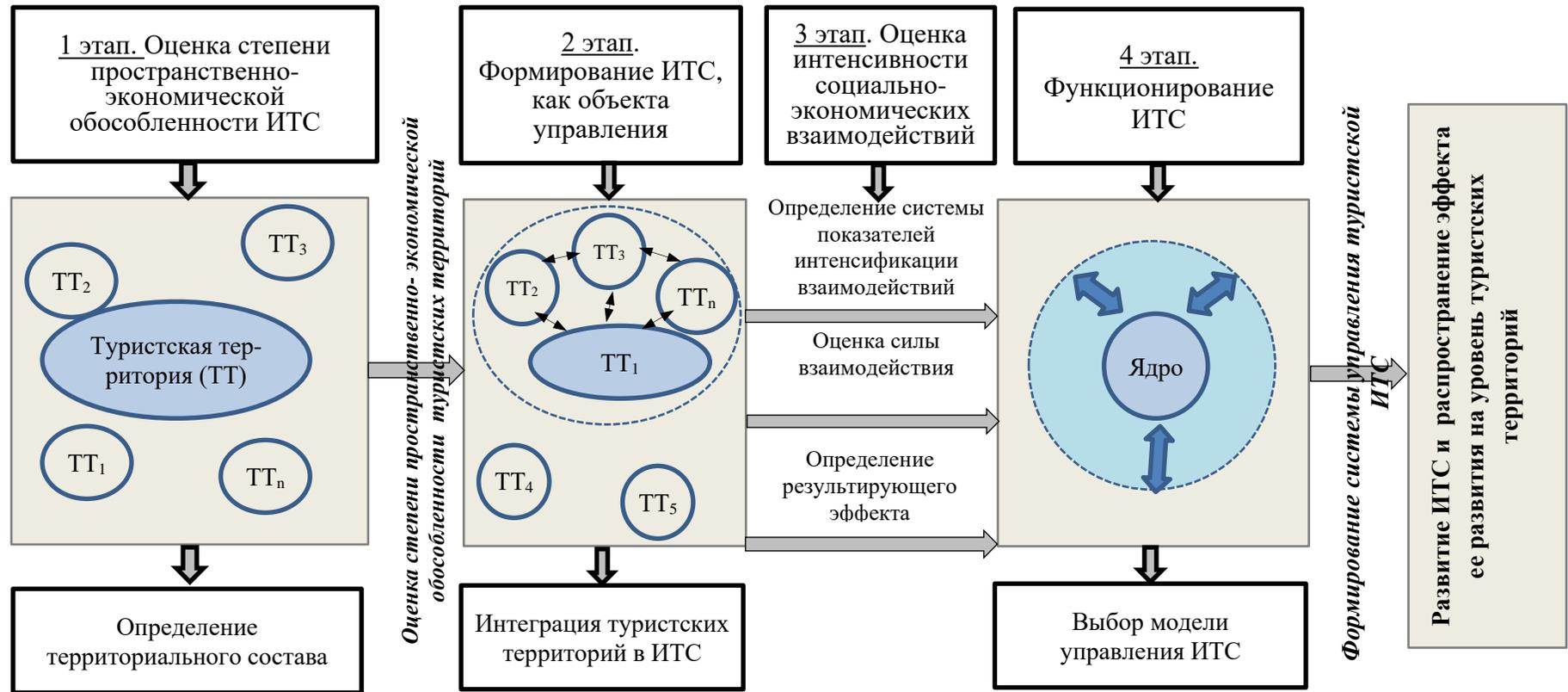


Рисунок 3.12 - Этапы формирования интегрированной территориальной структуры

Источник: составлено автором

Таким образом, формирование интегрированной территориальной структуры (ИТС) или ее идентификация предполагает реализацию следующих этапов:

1. Определение территорий (муниципальных образований), на базе которых может быть осуществлено формирование вида интегрированной территориальной структуры.
2. Объединение туристских территорий в ИТС
3. Выбор вида объединения: горизонтальная интеграция, вертикальная или диагональная.
4. Выбор модели управления.
5. Определение результирующего эффекта от формирования ИТС или для входящих в его состав муниципальных образований.

Формирование интегрированной территориальной структуры может быть основано на следующих принципах:

- наличие общих ресурсов,
- учет природно-климатических факторов,
- уровни развития туристского потенциала,
- учет особенностей взаимного расположения туристских территорий,
- учет взаимодополняемости услуг, входящих в состав регионального турпродукта.

Определим преимущества включения туристских территорий в ИТС:

- объединение ресурсов и опыта каждой из взаимодействующих туристских территорий;
- развитие транспортной инфраструктуры на основе новых логистических решений;
- увеличение рынков сбыта туристских услуг;
- создание новых рабочих мест;
- расширение перечня предлагаемых туристских продуктов

Предлагаемый нами формат интегрированной территориальной структуры ориентирован на достижение ряда целей: экономические –

увеличение финансовых результатов хозяйствующих субъектов и консолидированного бюджета РФ; социальные – создание новых рабочих мест, развитие социальной и инженерной инфраструктуры, создание условий для безопасного, качественного, комфортного и доступного отдыха для разных социальных слоев населения Российской Федерации.

Туристскую территориальную интеграцию можно представить в качестве нескольких видов объединения (рисунок 3.13).

Горизонтальная интеграция представляет собой кооперацию предприятий туризма и индустрии гостеприимства, которые участвуют в создании регионального туристского продукта с целью повышения его конкурентоспособности.

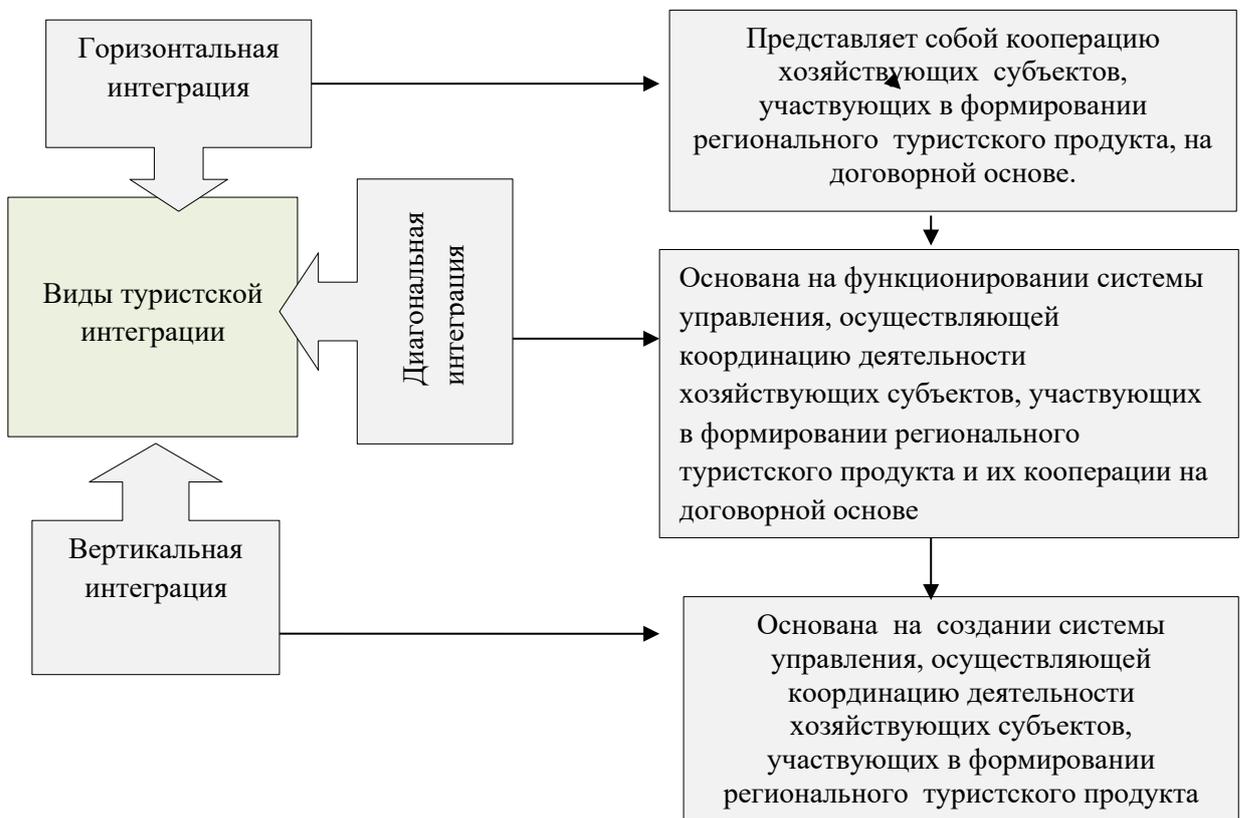


Рисунок 3.13 - Виды туристской интеграции

Источник: составлено автором по данным [183]

Горизонтальная интеграция целесообразна и наиболее характерна для отдельных муниципальных образований на основе формирования устойчивых связей между организациями, участвующими в процессе оказания туристских услуг. В качестве примера можно привести наличие в

муниципальном образовании в городском округе Сочи двух значимых туристских кластеров: горный туристский кластер, включающий горнолыжный курорт, расположенный в границах Красной Поляны, прибрежный туристский кластер, включающий Олимпийский парк и пляжную зону.

Вертикальная интеграция предполагает кооперацию предприятий туризма и индустрии гостеприимства, осуществляемую вышестоящим органом управления. Классическим примером являются холдинговые структуры, например «Бальнеологический курорт «Мацеста» (холдинг), принадлежащий независимым профсоюзам России. Также, в сфере туризма наиболее распространенными являются гостиничные цепи, сетевые предприятия общественного питания и другие виды объединений, не предусматривающих управленческих воздействий со стороны территориально-административных органов управления.

Диагональная интеграция предполагает создание органа управления, осуществляющего координацию деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства, участвующих в формировании регионального туристского продукта и их кооперацию на договорной основе и является основой создания интегрированных территориальных структур. Создание интегрированной территориальной структуры позволяет получить экономический эффект за счет увеличения масштабов предоставления дополнительных и сопутствующих услуг для туристов и силы взаимодействия территорий. Взаимодействия могут с разной силой и амплитудой интенсивности воздействовать на функционирование различного вида интеграционного объединения. Интенсивность взаимодействий, возможно, осуществлять по следующим направлениям: (рисунок 3.14):

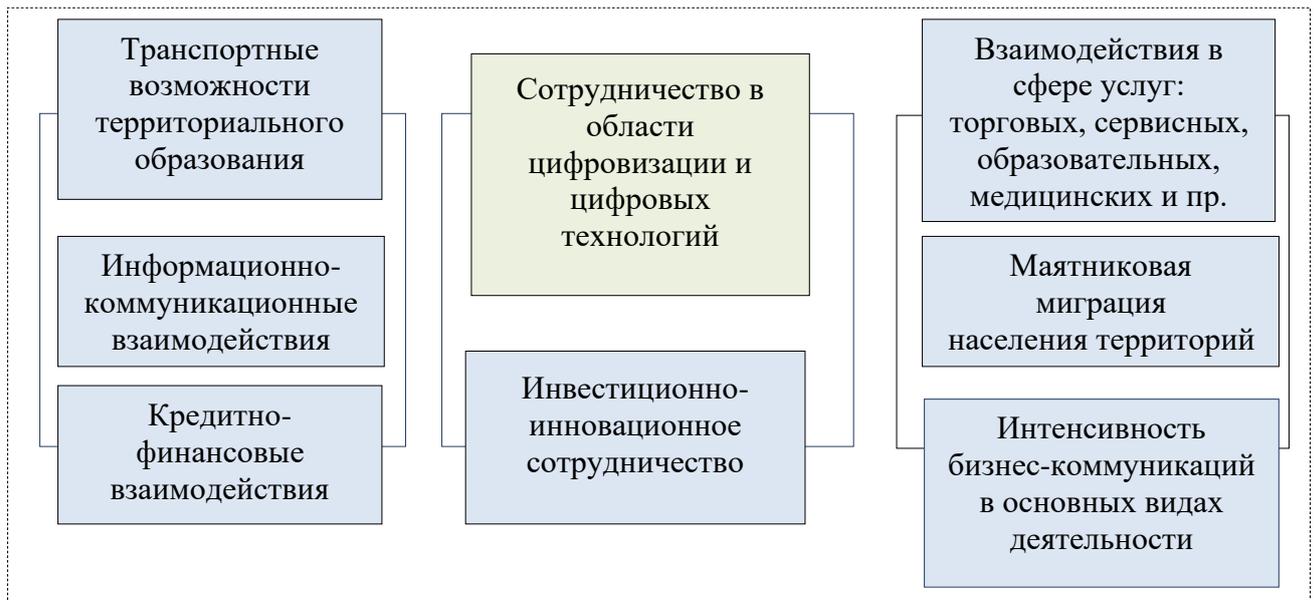


Рисунок 3.14 - Виды взаимодействий в интегрированной территориальной структуре

Источник: составлено автором

Проблемы идентификации формы интегрированной территориальной структуры усиливаются в рамках возможности ее вхождения в иерархию территориальных социально-экономических систем с устоявшимися вертикальными и горизонтальными ресурсными потоками, а также отсутствием единого подхода к оценке степени пространственно-экономической обособленности территорий, определяющей объем взаимодействия между ними. Проведение данной оценки предполагает принятие показателя соотношения плотности предприятий в центре и определенной территории в качестве определенного коэффициента, с последующим расчетом силы притяжения конкретной территории к центру. При этом большее значение интегрального показателя свидетельствует о более сильном «притяжении» данной территории к выбранному центру.

Практическая реализация формирования интегрированной территориальной структуры осуществлена на примере двух муниципальных образований в Краснодарском крае: Сочи и Туапсе, как наиболее перспективных туристских территорий в части развития внутреннего туризма.

Для таких городов Краснодарского края, как Сочи и Туапсе характерно наличие всех условий для формирования ИТС, то есть имеются в наличии все предпосылки интегрирования: наличие единого туристского пространства, достаточно развитый туристский потенциал, общее железнодорожное и автомобильное сообщение, близость расположения поселений различных национальных групп и диаспор, многообразие природных объектов показа, уникальные природно-климатические условия.

В связи с этим нам представляется наиболее перспективной интегрированной территориальной структурой - объединение Туапсинского района и городской округ Сочи в единую ИТС.

Данные, характеризующие положительные стороны предлагаемой интегрированной территориальной структуры, представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Оценка перспективности формирования Сочинско – Туапсинской ИТС

1. Характеристика интегрируемой территории	Территория расположена на побережье Черного моря, включает 267 км. береговой линии, из которой освоено не более 25%, а также предгорье главного кавказского хребта.
2. Специализация формируемой ИТС	Наличие уникальных природно-климатических характеристик, близость гор, позволяющих позиционировать ИТС как интеграцию общедоступного отдыха на море с горной составляющей.
3.Общность исторических условий и традиций	Многонациональный состав компактно проживающего населения вдоль единой транспортной магистрали
4. Виды деятельности, являющиеся драйверами развития формируемой ИТС	Санаторно-курортная и туристско-рекреационная виды деятельности, развлечения и торговля, транспорт.
5. Предполагаемые результаты	<ul style="list-style-type: none"> - возможность привлечения инвестиций, -применение цифровых технологий и инновационных разработок, - прирост налоговых поступлений в бюджет; - увеличение количества новых рабочих мест; - увеличение валового регионального продукта;

	- возникновение интеграционного эффекта.
6. Целевые программы развития ИТС	-совместная реализация федеральных, краевых программ, инвестиционных и инновационных проектов; -возможность использования экосистемного подхода в совершенствовании туристского бизнеса территориальных образований.

Источник: составлено автором

В составе концепций организации управленческих воздействий можно выделить две группы, в зависимости от организационной подчиненности туристской территории и способа распределения функционала управляющих структур: модели одноконтурного и двухконтурного построения (рисунок 3.15).



Рисунок 3.15- Варианты управления Сочинско-Туапсинской ИТС

Источник: составлено автором

Организация управления предполагают два контура, один из которых основан на существовании единого органа управления и предусматривает полное слияние туристских территорий Сочи и Туапсе.

Второй контур управления предусматривает создание Совета ИТС, в состав которого входят: главы администраций поселений городского округа Сочи и Туапсинского района, представители предприятий (объединений) туризма и индустрии гостеприимства, а также руководители национальных диаспор.

Совет ИТС призван осуществлять деятельность по следующим направлениям:

- разработка планов развития туристского пространства, использования гидроминеральных ресурсов;
- координация деятельности предприятий туризма и гостеприимства (*независимо от ведомственной принадлежности*) в вопросах использования рекреационно-туристских ресурсов;
- проведение мероприятий по подбору и повышению квалификации кадров, обмену опытом работы;
- оказание методической помощи предприятиям туризма и индустрии гостеприимства;
- разработка единой маркетинговой стратегии.

Исходя из возможностей управления туристскими территориями можно выделить следующие сценарии развития ИТС.

1-й сценарий - автономное, независимое развитие туристских территорий Сочи и Туапсе.

2-й сценарий - функционирование городов-курортов Сочи и Туапсе в рамках единой стратегии в условиях реализации договорной модели управления.

3-й сценарий - функционирование туристских территорий Сочи и Туапсе в рамках единой стратегии в условиях реализации модели управления на уровне Краснодарского края.

Оценка каждого сценария была проведена автором методом автоматизированной линейной регрессии по выделенным предикторам, то есть наиболее значимым показателям социально-экономического развития территорий Сочинско-Туапсинской интегрированной территориальной структуры с использованием инструментария IBM SPSS Statistics (таблица 3.4). Полученные данные показывают, что при сохранении автономности развития туристских территорий Сочи и Туапсе (1-й сценарий) наблюдается снижение темпов прироста валовой добавленной стоимости оказанных

туристско-рекреационных услуг. При этом также на фоне стабильного увеличения туристского потока на уровне 3% в год наблюдается убыточность многих предприятий рекреационно-туристской сферы.

Таблица 3.4 - Показатели социально-экономического развития Сочинско-Туапсинской интеграционной территориальной структуры, %

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г. (прогноз)	2025 г. (прогноз)	2026 г. (прогноз)
1 сценарий					
1. Темп прироста ВДС туристско-рекреационных услуг	1,70	2,60	3,10	2,10	1,90
2. Темп прироста величины туристского потока	2,53	3,09	3,59	3,47	3,35
3. Темп прироста доли работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения	11,11	10,00	9,09	10,42	9,43
4. Темп прироста удельного веса прибыльных организаций сферы рекреации и туризма	-11,20	-4,60	-2,30	1,50	3,00
2 сценарий					
1. Темп прироста ВДС туристско-рекреационных услуг	3,70	3,70	4,40	3,00	2,60
2. Темп прироста величины туристского потока	5,06	7,23	7,30	7,33	7,32
3. Темп прироста доли работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения	13,64	14,14	12,80	14,28	13,40
4. Темп прироста удельного веса прибыльных организаций сферы рекреации и туризма	-7,50	-0,90	2,10	4,50	5,60
3 сценарий					
1. Темп прироста ВДС туристско-рекреационных услуг	5,00	4,80	7,00	4,70	4,10
2. Темп прироста величины туристского потока	6,33	8,93	9,29	9,50	9,59
3. Темп прироста доли работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения	14,91	15,84	14,79	16,45	15,67
4. Темп прироста удельного веса прибыльных организаций сферы рекреации и туризма	-2,50	3,90	9,10	9,20	9,70

Источник: составлено автором

Реализация договорной модели управления туристскими территориями Сочи и Туапсе (2-й сценарий) показывает более равномерную динамику показателей в сравнении с первым сценарием: валовая добавленная

стоимость растет в среднем на 3,5% в год, число прибыльных предприятий имеет тенденцию к увеличению на 4% в год, что способствует увеличению количества рабочих мест в сфере рекреации и туризма, повышению качества оказываемых услуг, что положительно сказывается на динамике туристского потока – 7% в год.

Реализация модели управления туристскими территориями на уровне Краснодарского края (диагональный вид интеграции) (3 сценарий) дает самые высокие результаты, что объясняется большими возможностями регулирования социально-экономических взаимоотношений на вышестоящем уровне. Так, средний темп прироста валовой добавленной стоимости за рассматриваемый период составит около 5%, число прибыльных предприятий сферы рекреации и туризма в структуре экономических видов деятельности будет расти в среднем на 6%, что приведет к большей привлекательности сферы рекреации и туризма для трудоустройства населения – 15,5% роста числа сотрудников и росту туристского потока в среднем на 9% ежегодно.

Расчет интеграционного эффекта в части формирования Сочинско-Туапсинской интегрированной территориальной структуры целесообразно рассчитывать по динамике показателей объема туристско-рекреационных услуг:

1. Суммарный объем туристско-рекреационных услуг Сочи и Туапсе;
2. Объем услуг Сочинско-Туапсинской ИТС, полученный в результате интенсификации социально-экономического взаимодействия туристских территорий.
3. Расчет интеграционного эффекта, как разности между показателями 1 и 2.

Помимо этого, оценка стратегий развития туристских территорий Сочи и Туапсе в составе интеграционной структуры выявляет необходимость проведения прогнозных процедур, предполагающих сохранение

закономерностей и особенностей прошлого и настоящего, что позволяет использовать методы экстраполяции.

Результаты расчетов среднесрочного прогноза интеграционного эффекта Сочинско-Туапсинской ИТС отражены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 - Расчет интеграционного эффекта Сочинско-Туапсинской интегрированной территориальной структуры, млн. руб.

№ п/п	Показатель	2021 г.	2022г.	Ср. темп роста	2023г.	2025 г. (прогноз)	2026 г. (прогноз)
1	Объем туристско-рекреационных услуг млн.руб., всего в т.ч.	31 964,72	34 070,97	1,066	36 316,20	38 709,58	41 260,89
1.1	Сочи	27 609,04	29 402,20	1,065	31 311,82	33 345,47	35 511,20
1.2	Туапсе	4 355,67	4 668,77	1,072	5 004,38	5 364,11	5 749,69
2	Рассчитанный темп роста объема услуг предприятий сферы туризма с учетом интенсификации взаимодействия туристских территорий				1,54	2,29	3,41
3	Объем туристско-рекреационных услуг ИТС млн. руб., всего в т.ч.				52 605,58	78 090,67	116 011,66
4 = 3-1	Интеграционный эффект				16 289,38	39 381,09	74 750,77
	Объем туристско-рекреационных услуг в Краснодарском крае, млн. руб.	216 021,00	231 947,81	1,074	245 864,68	259 878,97	273 912,43

Источник: составлено автором по данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и республике Адыгея <https://23.rosstat.gov.ru/>

Полученные результаты показали, что интеграционный эффект положителен и к 2025 г. должен составить 39 381,09 млн. руб., при этом к 2026 г. наблюдается почти двукратный рост интеграционного эффекта с 2025 г. (74 750,77 млн. руб.).

С теоретической точки зрения, туристская интеграция имеет потенциальную возможность формирования интегрированного туристского продукта, при условии эффективного управления туристским потенциалом интегрированной территориальной структуры, поскольку зачастую отдельно взятая туристская территория не обладает универсальным туристским

продуктом, сочетающим в себе полный комплекс туристских услуг основного, вспомогательного и сопутствующего характера.

Исследования показывают, что базовой составляющей интегрированного туристского продукта являются туристские ресурсы, представляющие собой своеобразную визитную карточку территориального образования. Туристские ресурсы, как правило, определяют и инфраструктурные элементы ИТС. Тем не менее, интегрированный туристский продукт не является суммарной величиной туристских объектов и туристских услуг территориального образования. Зачастую он представляет собой комбинированный набор частных турпродуктов, имеющих единое основание.

Таким образом, интегрированный туристский продукт представляет собой особый вид туристского продукта, основой которого является потенциал туристского пространства территорий, реализация которого направлена на дальнейшее развитие санаторно-курортной, туристско-рекреационной деятельности, повышение туристской привлекательности ИТС.

Формирование интегрированного туристского продукта ИТС и его использование в практике туристской деятельности имеет, по мнению автора, ряд преимуществ, в числе которых возрастание туристской привлекательности (реализация комплексного туристского продукта ориентирует на разработку и внедрение совместных инвестиционных и инновационных проектов, возможности использования цифровых технологий ведения туристского бизнеса), увеличение новых рабочих мест вследствие роста туристских потоков, рост валового регионального продукта и возникновение социально-экономического эффекта.

Интегрированный туристский продукт должен обладать определенным набором компонентов, которые в наибольшей степени воздействуют на туристскую привлекательность ИТС в части предоставлении туристических услуг нового, более высокого качества (рисунок 3.16).

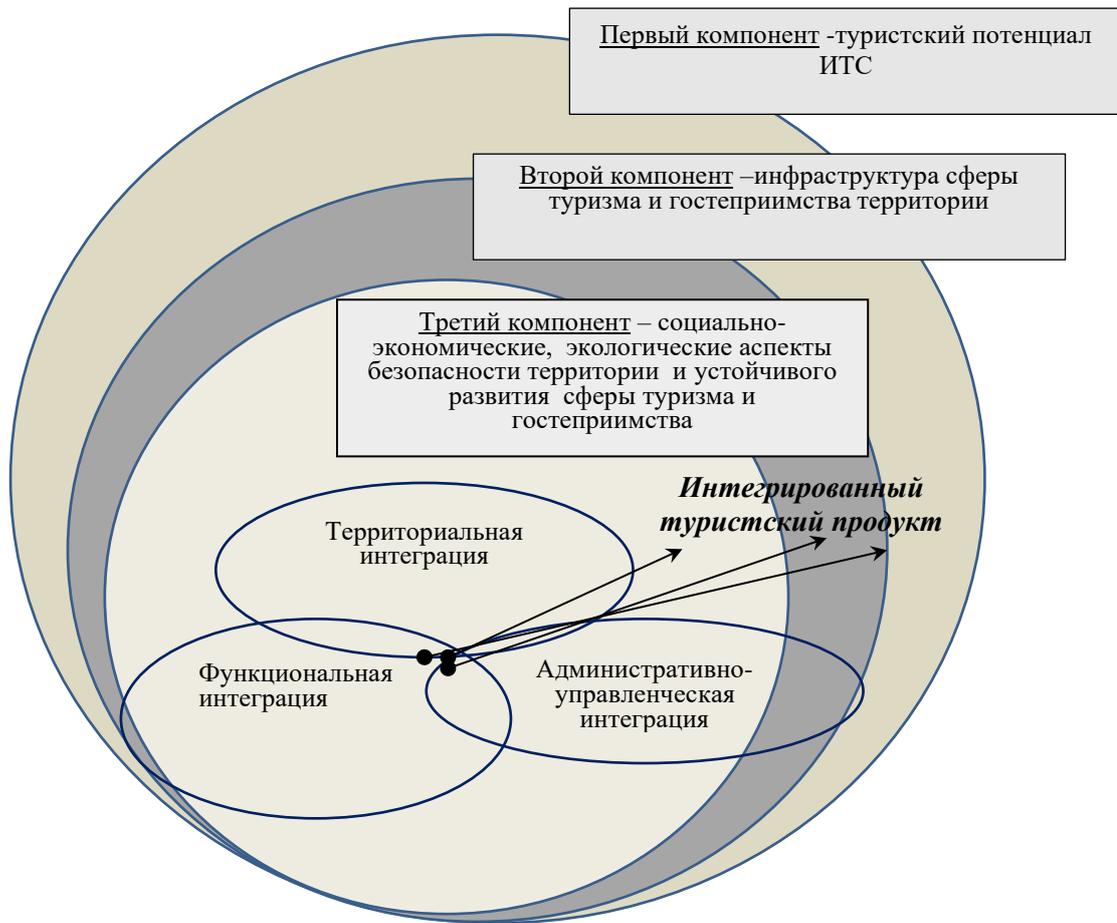


Рисунок 3.16 - Структура интегрированного туристского продукта

Источник: составлено автором

Первая компонента, являющаяся базовой составляющей интегрированного туристского продукта, аккумулирует в себе туристский потенциал ИТС: ресурсы, культурно-исторические объекты, природно-климатические характеристики и пр. элементы, связанные с непосредственным привлечением гостей, то есть мотивирует на приобретение туристских услуг. Вторая компонента характеризуется наличием коллективных, специализированных и индивидуальных средств размещения, организаций питания, сопутствующих товаров и услуг. Данная компонента интегрированного туристского продукта не является

мотивирующей, но ее отсутствие не позволит в достаточной мере реализовать турпродукт.

Важнейшей составляющей интегрированного туристского продукта является комплекс социально-экономических и экологических параметров, отражающих уровень устойчивости туризма туристской территории (третья компонента). Немаловажное значение, при этом, имеет и система экономической безопасности интегрированной территориальной структуры, которая во многом зависит от внутренних факторов и внешних условий (конкуренцией на туристском рынке, сезонными колебаниями, политической обстановкой в стране, движением туристских потоков и др. параметрами).

Формирование интегрированного туристского продукта представляет собой многоаспектный процесс, включающий в себя как территориальную интеграцию, так и функциональную, административно-управленческую.

Функциональная интеграция предполагает объединение базовых турпродуктов ИТС единым функционалом, концепцией дальнейшего развития, интегрированием цифровых и информационно-коммуникационных технологий. В свою очередь, территориальная интеграция позволяет связать предприятия и организации туристского бизнеса в единое целое, то есть придать точечную локализацию.

Административно-управленческая интеграция в формировании и реализации интегрированного туристского продукта предполагает функционирование системы управления ИТС, которая будет координировать деятельность организаций туристского бизнеса, задействованных в производстве туристского продукта.

Таким образом, интегрированные территориальные структуры туристско-рекреационной направленности будут отличаться высоким уровнем концентрации объектов туризма, достаточно высокими туристскими потоками, а также высокой степенью интегрирования объектов индустрии туризма и туристской инфраструктуры; влияют на совокупный потенциал территорий, входящих в их состав, видоизменяя тем самым

социально-экономическую составляющую территориальных образований и организацию рекреационной деятельности в целом. Следовательно, они являются важнейшим инструментом развития внутреннего туризма, повышения конкурентоспособности туристского продукта в условиях технологических трансформаций. Помимо этого, ИТС органично впишутся в концепцию экосистемного подхода, который является лучшим ответом на растущие глобальные вызовы и все чаще употребляется в управлении технологическими трансформациями во многих отраслях и сферах деятельности, включая и туризм.

Интегрированные структуры как инструмент развития внутреннего туризма на сегодняшний день наиболее ярко демонстрируют появление так называемого «экосистемного качества» обслуживания туристов, проявляющегося не только в возможности дистанционных продаж туристского продукта из центра (ядра) объединения, но и возможности формирования моделей деятельности на основе цифровых технологий и совершенствования основных бизнес-процессов при сохранении экологической среды туристских территорий, повышая тем самым интеграционный эффект, что в наибольшей степени способствует практической реализации вопросов совершенствования системы управления внутренним туризмом в условиях технологических трансформаций. Исследование показало так же, что рост социально-экономических эффектов, несомненно, приведет к повышению конечных финансовых результатов деятельности туристских предприятий в такой форме эффективного управления внутренним туризмом, как интегрированная территориальная структура. Рассмотрим детальнее методологические аспекты формирования концепции управления внутренним туризмом в условиях происходящих технологических трансформаций.

3.4 Пространственная модель оценки результативности развития сферы туризма региона

В настоящее время в условиях глобальных вызовов туризм рассматривается в качестве значимого сектора национальной экономики и одного из важнейших факторов развития туристских территорий. В этой связи все более актуализируются проблемы развития внутреннего туризма, выступающего в виде системообразующего фактора территориальной экономической системы, в рамках которой реализуются интересы социального, экономического, экологического и пр. характера, а также удовлетворяются соответствующие потребности. Особое значение начинает приобретать оценка результативности туризма в регионе в целом и в разрезе отдельных его видов.

Методика оценки результативности развития внутреннего туризма, как правило, не может быть однозначной, универсальной для всех регионов, поскольку должна опираться на совокупность показателей, отражающих основные сценарии социально-экономического развития туристских территорий в различных направлениях экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности. В этой связи в качестве базовой оценки возможно рассмотрение ряда математических зависимостей, основанных на сравнении переменных, формирующих соответствующие модели, то есть использовать методы моделирования. При этом в рамках построения моделей результативности развития внутреннего туризма следует учитывать ряд условий, в числе которых наличие необходимой статистической базы для целостной оценки уровня развития отдельных видов туризма, а также усиление социально-экономической значимости и экологической безопасности внутреннего туризма региона.

Научные исследования по вопросам оценки регионального туризма и его структуры нашли свое отражение в работах отечественных и зарубежных ученых. Изучению эффективности развития сферы туризма на основе

целеориентированного подхода посвящены труды Порошиной О.В.[151], Рубцовой Н.В. [161]. Отдельные вопросы социальной эффективности и ее оценки рассмотрены в работах Цехлы С. Ю. [179] и ряда других ученых в сфере туристской деятельности. Заслуживает внимания методика социально-экономической эффективности регионального туризма Юванен Е.И. [187]. Качитативное моделирование развития устойчивого туризма представлено в работах Хазовой Д.С. [178].

Среди зарубежных авторов следует отметить работы Андерсон Р.И. [13], а также Барроз С.П. [16], в которых достаточно обоснованно представлена оценка эффективности деятельности на основе линейного программирования такого сектора туризма как гостиничная индустрия. Проведенное исследование выявило отсутствие единого подхода к проведению оценки результативности внутреннего регионального туризма, что предполагает разработку ряда положений оценки, характеризующих экономическую результативность, экологическую безопасность, а также социальную результативность сферы туризма региона с применением методов математического моделирования.

Авторское исследование базировалось на использовании элементов теории графов, экономико-математического моделирования, в том числе пространственного моделирования, позволяющего анализировать развитие систем, подверженных влиянию множества факторов.

Эффективность развития внутреннего туризма региона тесным образом взаимосвязана с результативностью функционирования его основных видов, оценить который можно, по мнению автора, по трем блокам показателей: экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности.

Блок экономической результативности включает в себя показатели, определяющие эффективность функционирования, как внутреннего туризма в целом, так и в разрезе его видов.

Блок экологической безопасности включает в себя показатели,

характеризующие уровень экологической нагрузки территории региона, обусловленной развитием туризма.

Блок социальной результативности выражает соотношение и взаимосвязь показателей социального благополучия и качества жизни, обусловленное развитием туризма.

Необходимость привлечения инвестиций в развитие внутреннего туризма региона, актуализирует необходимость рассмотрения туристской сферы с учетом не только экономического блока, но и с учетом экологической и социальной результативности.

В этой связи возможно рассмотрение ряда зависимостей, основанных на попарном сравнении переменных, формирующих соответствующие модели.

Первая парная зависимость предполагает взаимосвязь «Экономической результативности и Экологической безопасности», где в качестве целевых переменных выступают экономические и экологические показатели;

Вторая зависимость основана на параметрах «Экономической результативности, Экологической безопасности и Социальной результативности», в которой к показателям экономической и экологической составляющих показателям включен раздел показателей, характеризующих социальную результативность.

Учитывая сложность сферы туризма, ее зависимость и подверженность влиянию множества факторов, которые сложно оценить количественно, но можно оценить качественно. Иными словами, можно оценить, как качественные факторы влияют на количественные, отразив их взаимосвязь.

Данную качественную оценку, возможно, реализовать, используя инструменты пространственного моделирования.

Пространственное моделирование – это, по сути дела, своеобразный алгоритм, основанный на формировании имитационной модели какой-либо системы взаимосвязей показателей, учитывающих качественные факторы, которые оказывают наиболее существенное влияние функционирование

туризма и его видов.

При формировании пространственной модели следует вначале определить переменные. После определения переменных, определяются попарные взаимосвязи между ними (рисунок 3.17).

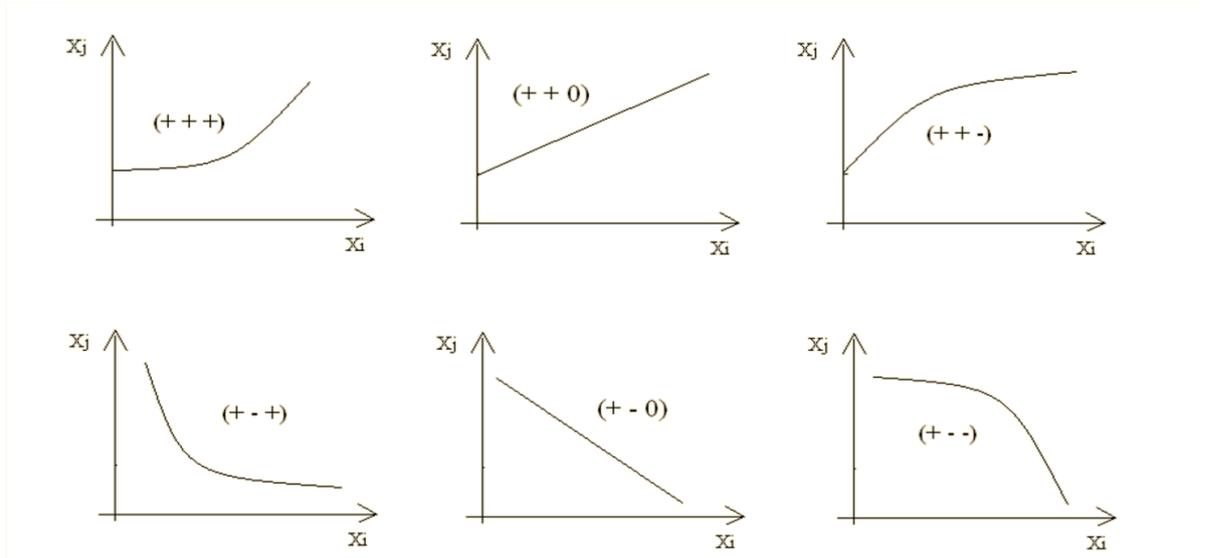


Рисунок 3.17 - Графическое представление зависимостей факторов, воздействующих на пространственную систему

Источник: составлено автором по данным [178]

(+++) зависимость показывает положительную динамику, усиливающуюся во времени;

(++0) зависимость показывает положительную первоначальную динамику, которая нивелируется со временем;

(++-) зависимость показывает положительную динамику, но этот положительный эффект замедляется с течением времени;

(+ - +) зависимость показывает отрицательную первоначальную динамику, которая меняется на положительную с течением времени;

(+ - 0) зависимость показывает отрицательную динамику, нивелирующуюся со временем;

(+ - -) зависимость показывает отрицательную динамику, усиливающуюся во времени.

Отразить многомерные пространственные переходы наиболее визуально возможно с помощью орграфа, представленного на рисунке 3.18.

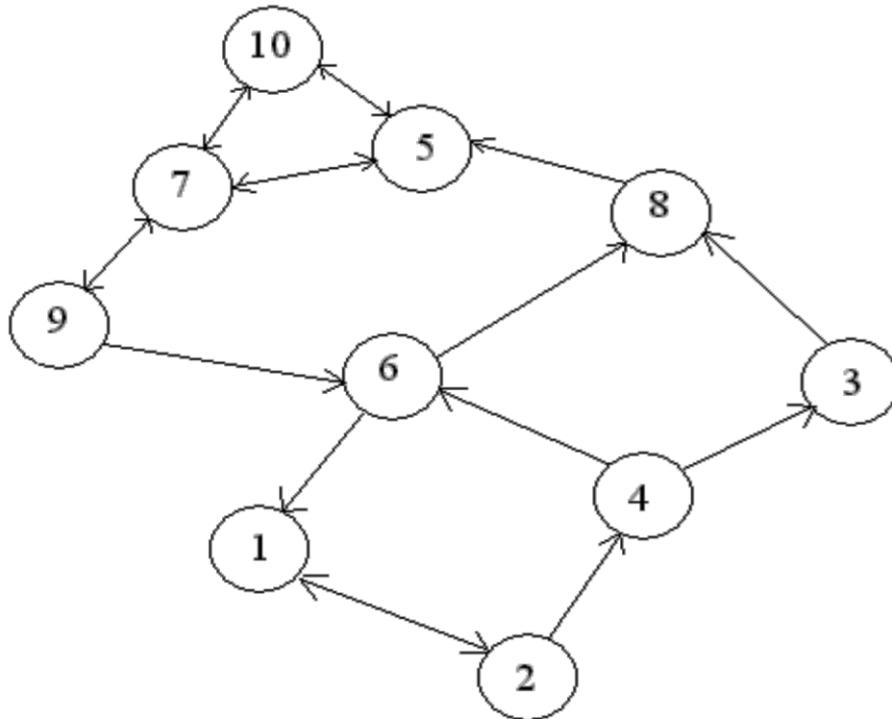


Рисунок 3.18 - Пример орграфа многомерных пространственных переходов

Источник: составлено автором по данным [60]

Каждая из вершущек орграфа это виды сценариев, а направления стрелок отражают варианты переходов по каждому из выявленных сценариев.

Итоговым результатом пространственного моделирования будет являться отражение возможных динамических состояний и переходов системы в виде орграфа возможных состояний. Подобная модель дает возможность проведения мониторинга и анализа процессов развития сложных систем любого плана, которые находятся под достаточно сильным воздействием качественных факторов, коей и является внутренний въездной туризм.

Качественная зависимость между факторами описывается зависимостями в следующей форме:

$$(X_1, DX_1, DDX_1) \dots (X_n, DX_n, DDX_n) \quad (1)$$

где: $X_{1,\dots,n}$ – переменные,

$DX_{1,\dots,n}$ первая качественная производная по независимой переменной времени t

$DDX_{1,\dots,n}$ вторая качественная производная по независимой переменной времени t (определяет динамику показателя во времени (большее или меньшее изменение с течением времени)).

Модель нескольких сценариев может быть описана следующим образом:

$$\begin{bmatrix} X_1 & DX_1 & DDX_1 \\ \dots & \dots & \dots \\ X_n & DX_n & DDX_n \end{bmatrix}_j \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (2)$$

Исследование предполагает введение таких переменных в пространственную модель развития внутреннего туризма как «Экономическая результативность - Экологическая безопасность».

В целях определения факторных зависимостей показателей в модели развития внутреннего туризма необходимо сформировать систему показателей, включающую следующие:

1. Объем инвестиций в основной капитал, выступающий определяющим фактором развития сферы туризма любого региона, млн. руб.
2. Рентабельность туристско-рекреационного комплекса, %
3. Объем туристско-рекреационных услуг.
4. Показатель экологической безопасности (%)
5. Показатель экономической эффективности (%)
6. Туристский имидж курортной территории.

Оценку результативности развития внутреннего туризма проведем на примере региона Краснодарский край, как наиболее типичного представителя туристских территорий.

Факторные зависимости показателей в пространственной модели представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 - Факторные зависимости показателей модели развития внутреннего туризма «Экономическая результативность - Экологическая безопасность»

	Инвестиции в основной капитал млн. руб.	Рентабельность туристско-рекреационного комплекса	Объем туристско-рекреационных услуг	Показатели экологической безопасности	Индекс экономической эффективности	Туристский имидж территории
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.		++ -	++ -	+++ 0	+++ 0	++ 0
Рентабельность туристско-рекреационного комплекса			+++			++ -
Объем туристско-рекреационных услуг						
Показатель экологической безопасности						
Индекс экономической эффективности	++ 0					
Туристский имидж территории	++ 0	++ -				

Источник: составлено автором

Возможные сценарии результатов развития внутреннего туризма туристских территорий в модели «Экономическая результативность - Экологическая безопасность» представим в виде орграфа, в котором между указанными состояниями возможны промежуточные итоги динамики экономической результативности и экологической безопасности (рисунок 3.19).

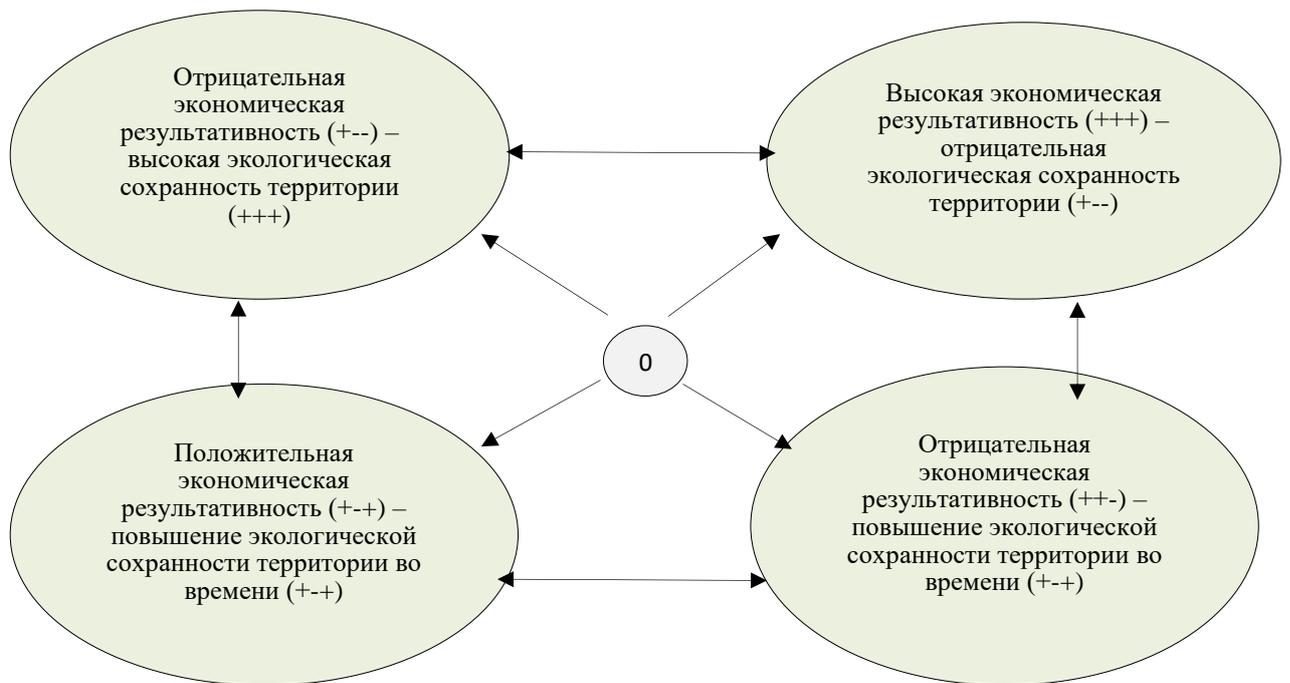


Рисунок 3.19 - Орграф возможных состояний модели развития внутреннего туризма «Экономическая результативность - Экологическая безопасность»

Источник: составлено автором

В данном орграфе предпочтительной выступает позиция «Положительная экономическая результативность – повышение экологической сохранности территории во времени» - в которой экономическая результативность имеет положительную динамику, а экологическая сохранность, первоначально уменьшается, но с положительной второй производной, т.е. с ходом времени, падение экологии замедляется, и существует возможность сохранить экологию туристских территорий на высоком уровне.

При построении модели развития внутреннего туризма территории будем использовать позиции «Экономическая результативность - Экологическая безопасность – Социальная результативность».

К показателям модели «Экономическая результативность - Экологическая безопасность», добавим показатель социальной эффективности (таблица 3.7).

Таблица 3.7 - Факторные зависимости показателей модели развития внутреннего туризма «Экономическая результативность - Экологическая безопасность – Социальная результативность»

	Инвестиции в основной капитал, млн руб.	Рентабельность туристско- рекреационного комплекса	Объем туристско-рекреационных услуг	Показатели экологической безопасности	Индекс экономической эффективности	Туристский имидж территории	Индекс социальной эффективности
Инвестиции в основной капитал млн. руб.		++ -	++ -	++ 0	++ 0	++ 0	++ -
Рентабельность туристско-рекреационного комплекса			+++			+++ -	
Объем туристско-рекреационных услуг				+ - +			
Показатель экологической безопасности							
Индекс экономической эффективности	++ 0						++ -
Туристский имидж территории	++ 0	++ -					
Индекс социальной эффективности	++ -				++ -		

Источник: составлено автором

Возможные сценарии результатов развития внутреннего туризма территорий в модели «Экономическая результативность - Экологическая безопасность – Социальная результативность» представим в виде орграфа, в котором между указанными состояниями возможны промежуточные итоги

динамики экономической результативности и экологической безопасности (рисунок 3.20).



Рисунок 3.20 - Орграф возможных состояний модели развития внутреннего въездного туризма «Экономическая результативность - Экологическая безопасность – Социальная результативность»

Источник: составлено автором

В данном орграфе предпочтительной выступает позиция «Положительная экономическая результативность – повышение экологической сохранности территории во времени - Положительная социальная результативность», в которой экономическая и социальная результативности, а также экологическая сохранность, первоначально уменьшается, но с ходом времени, падение экологии замедляется, а социальная и экономическая результативность повышаются.

Проведем оценку экологической безопасности аналогичным способом. В таблице 3.8 представлены исходные данные для расчета показателей.

Таблица 3.8 - Исходные данные для расчета показателя экологической безопасности Краснодарского края

Показатели	2020г	2021г	2022г	2023г
Объем сброса сточных вод (миллион кубических метров, ежегодно)	5 956,72	5 007,69	5 055,38	5 956,72
Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, расположенных на территории края (тыс. тонн)	139	161	214	205,08

Источник: составлено автором по данным [12]

Для расчета показателя экологической безопасности необходимо вначале привести значения показателей в сопоставимый вид, то есть произвести их нормализацию (таблица 3.9). Нормализацию или процесс сопоставимости значений показателей произведем на основе следующей формулы:

$$N = \frac{N_{\text{фактический}} - N_{\text{min}}}{N_{\text{max}} - N_{\text{min}}} \quad (3)$$

где: $N_{\text{фактический}}$ – фактическое значение показателя,

N_{min} и N_{max} – минимальное и максимальное значение показателя за рассматриваемый период.

Таблица 3.9 - Нормализованные значения показателей экологической безопасности внутреннего въездного туризма Краснодарского края

Показатели	2020г	2021г	2022г	2023г
Объем сброса сточных вод (миллион кубических метров, ежегодно)	1,00	0,00	0,05	1,00
Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, расположенных на территории края (тыс. тонн)	0,00	0,29	1,00	0,88

Источник: составлено автором

Расчет весовых коэффициентов показателей экологической безопасности представлен в таблице 3.10.

Таблица 3.10 - Расчет коэффициентов взаимосвязи показателей экологической безопасности

№ показателя	Строка 1	Строка 2	Сумма
Строка 1	1	-0,72	0,28
Строка 2	-0,72	1	0,28
Сумма	0,28	0,28	0,55
Весовой коэффициент	0,50	0,50	

Источник: составлено автором

Данные таблицы показывают, что показатели в равной степени влияют на экологическую безопасность Краснодарского края.

С учетом полученных весовых коэффициентов, интегральные показатели блоков экологической безопасности, могут быть рассчитаны следующим образом (таблица 3.11).

Таблица 3.11 - Расчет интегрального показателя экологической безопасности внутреннего въездного туризма Краснодарского края

Показатели	2020г	2021г	2022г	2023г
Объем сброса сточных вод (миллион кубических метров, ежегодно)	1,00	0,00	0,05	0,50
Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, расположенных на территории края (тыс. тонн)	0,00	0,29	1,00	0,88
Интегральный показатель экологической безопасности	0,50	0,15	0,53	0,69

Источник: составлено автором

Данные таблицы показывают низкий уровень экологической безопасности.

Оценим существующий сценарий развития внутреннего туризма Краснодарского края. Для этого использовались данные Росстата и сети интернет с целью определения информационной базы для расчета показателей. Затем, были рассчитаны темпы роста годовых показателей, далее - среднее за период значение темпов прироста для определения динамики их изменения во времени.

Данные исследования показывают, что экономическая составляющая находится в позиции (++) и экологическая составляющие находятся в позиции (+-+), что характеризует точку орбита «Отрицательная

экономическая результативность (++) – повышение экологической сохранности территории во времени (+– +)» (рисунок 1) и говорит о том, что экономическая составляющая внутреннего туризма снижается, что негативно сказывается на притоке инвестиций и рынке труда, что подтверждается статистическими данными.

Согласно полученным данным социальная результативность находится в позиции (++)–, что характеризует точку орбита «Отрицательная экономическая результативность (++) – повышение экологической сохранности территории во времени (+– +) - Отрицательная социальная результативность (++)–» и говорит о снижении уровня и качества жизни населения, что также может послужить объяснением снижения численности постоянного населения.

Проведенный анализ, показывает невысокую эффективность развития внутреннего туризма. Как показывает анализ взаимозависимостей переменных в качестве ключевого фактора выступает развитие инфраструктуры, в частности транспортной.

Разработанная пространственная модель результативности развития внутреннего туризма может быть использована в соответствии с целевым иерархическим подходом к реализации механизмов развития для корректирующих воздействий программ развития внутреннего туризма на региональном уровне, а также анализе вклада смешанных видов туристского продукта в развитие туристских территорий.

ГЛАВА 4 ДИАГНОСТИКА ГОТОВНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА К ЦИФРОВЫМ ТРАНСФОРМАЦИЯМ

4.1 Оценка готовности субъектов внутреннего туризма к цифровой трансформации на основе DATA-анализа

В настоящее время рынок технологических трансформаций актуализирует многие вопросы, связанные с особенностями ведения туристского бизнеса, использованием цифровых технологий, а также видами и формами коммуникационного взаимодействия. На основе анализа научных публикаций и исследований можно сделать вывод о том, что современным формам цифровых технологий уделяется значительное внимание, как со стороны научных сообществ, так и со стороны практической деятельности. Исследованию данных проблем посвящены работы российских и зарубежных ученых. Так, ряд специалистов в области технологических трансформаций, например, А.С. Голубева [71], Л.В. Стахова [166], в своих трудах делают акцент только на информационных системах и предлагают модели различных ценностных стратегий, дифференцированных по степени использования цифровых технологий, которые следует использовать в туристском бизнесе. Некоторые ученые фрагментарно подходят к формированию цифровой платформы, к примеру, только с позиций единого информационного пространства, не рассматривая при этом ее структуру и особенности взаимодействия участников. В исследованиях Акаткина Ю.М. [47] преобладает в основном базовые элементы цифровых трансформаций, основанием которой является ядро, инфраструктура и цифровые сервисы.

В стороне остаются вопросы, отражающие степень готовности субъектов туристского бизнеса к применению цифровых технологий в реализации и продвижении туристского продукта, а также в сфере цифровых технологий в развитии внутреннего туризма. В этой связи необходимость разработки методических рекомендаций по оценке и анализу готовности субъектов внутреннего туризма к использованию цифровых технологий,

нацеленным на реализацию современных форматов туристского сервиса, представляется весьма актуальной и своевременной задачей, отражающей ключевые аспекты и механизмы развития внутреннего туризма.

В соответствии с программой «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства РФ № 1632-р 27 июля 2017 г., основными сквозными цифровыми технологиями являются: большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределенного реестра, квантовые технологии, новые производственные технологии, промышленный интернет, компоненты робототехники и сенсорики, технологии беспроводной связи, технологии виртуальной и дополненной реальностей. В целях повышения эффективности управления развитием внутреннего туризма необходимо в полной мере применять имеющиеся возможности данных технологий, быть привлекательными для туристов, приносить выгоды заказчику данных технологий (рост турпотоков, доходов, создание устойчивых конкурентных преимуществ). Диагностику готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям следует осуществлять в соответствии с определенным планом, который позволяет определить выгоды и преимущества организаций сферы туризма по всем его секторам, туристов и групп стейкхолдеров в виде целей и путей их достижения. В него входят также сценарии будущего развития и направления снижения рисков цифровизации. План проведения диагностики готовности к цифровизации подразумевает дорожную карту, которая является своеобразным инструментом поддержки цифровизированного управления, может быть использована для повышения эффективности научно-исследовательской деятельности, для визуализации связей и усиления кооперации между участниками туристского региона, для поиска новых рынков и выведения новых технологий на эти рынки.

Дорожная карта предполагает не только подготовку внешних условий для успешного выведения цифровых технологий на рынок, но и определение возможных инструментов диагностики, в числе которых методам анализа

уделяется большое внимание. Использование анализа в диагностировании готовности сферы туристской деятельности к цифровизации является жизненно необходимым явлением, цель которого – исследовать выявленные тенденции и факторы цифровизации деятельности туристского предприятия, а также определить аналитические блоки с соответствующей системой показателей. Применение подобного анализа с точки зрения направлений цифровизации основных бизнес-процессов в туристской деятельности возможно осуществлять в разрезе следующих направлений:

- анализ целей и функций цифровых технологий в управлении;
- разработка и модернизация организационной структуры управления на основе цифровых технологий;
- проектирование цифровых бизнес-процессов по туристским секторам.

Методы анализа следует классифицировать в привязке к поставленным задачам. В наиболее общем виде систематизацию подобного подхода можно представить следующим образом: (рисунок 4.1)



Рисунок 4.1 - Классификация методов анализа в диагностике готовности субъектов турбизнеса к цифровым трансформациям

Источник: составлено автором

К структурированным можно отнести задачи, которые могут быть математически точно описаны, то есть имеют количественную характеристику, под неструктурированными предполагаются задачи, которые имеют лишь описание своих свойств и характеристик, установлены факты наличия связей между характеристиками, но количественно они не отображены. Наконец слабо структурированные задачи носят смешанный характер. Классификация самих методов анализа, относящихся непосредственно к диагностике готовности к цифровым трансформациям, отражена на рисунке 4.2.

С точки зрения построения и анализа профиля готовности выделяют имитационное моделирование как основополагающий метод бизнес-процессной концепции и цифровой (Digital) анализ, разновидностью которого является DATA – анализ (A&A): data analyze and assessment.

В принципе моделирование в диагностике цифровизации бизнес-процессов в туристской сфере тесно привязан к специфике его сегментов: гостиничному бизнесу, туроператорской деятельности и пр. Данный факт обусловлен сильной взаимосвязью проектирования и аналитической деятельности бизнес-процессов к цифровым технологиям, от которых и пошло на сегодняшний день популярное направление исследования туристской сферы - A&A или дата-анализ.



Рисунок 4.2 - Классификация методов анализа в диагностике уровня готовности к цифровизации основных бизнес

Источник: составлено автором

В свете выше сказанного, в диагностике уровня готовности к цифровизации основных бизнес процессов, как отдельном направлении, стоит главная задача – стандартизировать протокол графического отображения цифровых моделей адаптивного управления в сфере туризма.

Как видно из представленного рисунка, методов анализа диагностики уровня готовности к цифровизации основных бизнес процессов существует достаточно много, тем не менее их практическое применение в исследовании сопряжено с затратами немалого объема ресурсов:

1. Временные ресурсы. Период организации этапов определения, наблюдения и анализа может занять от нескольких месяцев до года.
2. Трудовые ресурсы, которые выражаются в выделении отдельной команды аналитиков и экспертов, имеющих специальные навыки и обладающие определенными компетенциями.

3. Финансовые ресурсы. Методы выявления цифровизации бизнес-процессов могут быть реализованы в рамках отдельных инновационных и инвестиционных проектов, которые требуют формирования обособленной команды специалистов, организацию обучения персонала для освоения необходимого аналитического инструментария.

Основой диагностики степени готовности к цифровизированному управлению предприятий и организаций туристского бизнеса может стать использование такого аналитического инструмента как DATA-анализ (DATA A&A: data analyze and assessment), возможности которого наиболее логично встраиваются в систему диагностики, поскольку базируются на процессах преобразования основных параметров и статистических данных в конкретные действия в контексте решения проблем и принятия определенных решений, то есть данный вид анализа сопряжен с использованием большого объема данных, позволяющих выявить уровень готовности внедрения новых цифровых технологий и их воздействие на управление внутренним туризмом. DATA-анализ позволяет также одновременно применять в диагностике разнородные показатели, то есть как качественные, так и количественные, абсолютные и относительные индексные и интегральные и т.п., что позволяет определять явные и неявные взаимосвязи между процессами цифровой трансформации на всех уровнях управления в сфере туризма.

Таким образом, основной целью методики DATA-анализа является оценка готовности субъектов внутреннего туризма к модернизации бизнес-процессов в условиях перехода к цифровой экономике. Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

- подготовка аналитической базы данных для принятия соответствующих решений относительно перспектив и готовности и возможности перехода отдельных субъектов внутреннего туризма к использованию цифровых технологий в основных бизнес-процессах в целях непосредственного участия в экосистемах;

- статистическая диагностика выявления наиболее перспективных направлений цифровизации туристского бизнеса в ведущих его сегментах.

В качестве объектов диагностики степени готовности к цифровым трансформациям могут быть те субъекты внутреннего туризма, которые имеют достаточный уровень потенциала в отношении цифровизации туристского бизнеса. Оценку степени готовности на основе DATA-анализа целесообразно проводить по блокам показателей, характеризующим данный потенциал (таблица 4.1).

В качестве исходных данных были использованы данные «Рейтинга инновационного развития субъектов Российской Федерации» и «Индикаторы цифровой экономики», составленные Высшей школой экономики.

Таблица 4.1 - Характеристика функциональных блоков DATA-анализа

Функциональный блок	Характеристика	Показатели
Социально-экономический потенциал цифровизации	Позволяет оценить технические возможности и тенденции использования населением интернета и информационных технологий	1. Наличие доступа к интернету населения региона 2. Использование населением региона мобильных приложений 3. Индекс ВШЭ «социально-экономические условия инновационной деятельности»
Научно-технический потенциал цифровизации	Позволяет оценить потенциал цифровизации, включая технические возможности и кадровую составляющую	1. Количество населения, которые имеют базовый или выше базового уровень цифровых навыков 2. Наличие IP – технологий в организациях туристского бизнеса 3. Электронный обмен данными между внутренними и внешними информационными системами 4. Индекс ВШЭ (Высшей школы экономики) по направлению «Научно-технический потенциал»

Функциональный блок	Характеристика	Показатели
Техника, технологии и инновационная деятельность	Позволяет оценить активность предприятий в сфере технологических и технических инноваций в сфере цифровых технологий управления	1. Наличие программного обеспечения в области решения социально-экономических задач в разрезе основных бизнес-процессов организаций сферы туризма. 2. Программные средства автоматизации процессов анализа и контроля защищенности компьютерных систем 3. Наличие мобильных приложений, сервисов и информационных порталов. 4. Индекс ВШЭ "Инновационная

Источник: составлено автором на основе данных Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» - Индикаторы цифровой экономики
<https://www.hse.ru/primarydata/iio>

Оценивать и идентифицировать данные показатели возможно с помощью интервальной шкалы, которая дает возможность определения отклонений базового показателя от «эталона», то есть позволяет оценить уровень готовности к цифровым трансформациям в разрезе основных бизнес-процессов субъектов внутреннего туризма (таблица 4.2).

Таблица 4.2 – Оценочно-интервальная шкала показателей для проведения DATA-анализа

Оценочная шкала	I интервал	II интервал	III интервал
Критериальное значение показателя	Нормальное значение	Низкое значение	Крайне низкое значение
Уровень готовности к цифровым трансформациям	Высокая готовность	Недостаточная готовность	Слабая готовность

Источник: составлено автором на основе данных Аналитика и Data Science
<https://hr-portal.ru/story/intervalnaya-shkala-opredelenie-harakteristiki-s-primerami>

По каждому аналитическому блоку показателей, указанному в таблице 1 осуществлена диагностика уровня готовности исходя из нормализованных значений, то есть приведенных к среднему уровню во временном ряде, то есть за определенный период. Исходя из оценочных значений показателей в каждом блоке определены интервальные границы, отражающие диапазон

области DATA-анализа. Так как нормализованные значения показателей были подсчитаны исходя из среднего значения показателей, то двукратный темп роста соответствует максимально-возможному значению, за исключением расчетных индексов ВШЭ. Учитывая данный аспект анализа и принимая в расчет правило «золотого сечения», при котором в процентном округлённом выражении принимается соотношение 62 и 38 %, автором были выявлены и рассчитаны нормативы для нормального, низкого и крайне низкого уровней применения цифровых в системе туристской деятельности.

В соответствии с предлагаемой методикой оценки готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям на основе DATA-анализа, максимальное значение соответствует двукратному росту каждого показателя. То есть, функциональный блок «социально-экономический потенциал цифровизации» состоит из двух показателей (исключили индекс ВШЭ), то соответственно, максимальное значение составит $2*2 = 4$. Подобным образом определяются и другие функциональные блоки, в частности, блок «научно-технический потенциал цифровизации» основывается на расчете 3-х показателей (также, исключая индекс ВШЭ), следовательно максимальное значение составит $2*3=6$. Аналогично и по блоку «техника, технологии и инновационная деятельность»: $2*3 = 6$. (таблица 4.3)

Таблица 4.3 – Расчет пороговых значений по функциональным блокам на основе DATA-анализа

Функциональный блок	Максимально-возможный темп роста	Пороговые значения		
		>	между	<
Социально-экономический потенциал цифровизации	4	>2,48	1,52-2,48	<1,52
Научно-технический потенциал цифровизации	6	>3,72	2,28-3,72	<2,28
Техника, технологии и инновационная деятельность	6	>3,72	2,28-3,72	<2,28
Итоговая оценка	16	>9,92	6,08-9,92	<6,08

Источник: составлено автором

Преимущества применения предлагаемой методики DATA-анализа в проведении диагностики готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям заключаются, по нашему мнению, в следующих аспектах:

-исследование проводится по ключевым функциональным блокам всесторонне оценивающим потенциал в отношении применения цифровых технологий в сфере туризма;

- по каждому функциональному блоку сформирована система показателей, отражающая цифровую составляющую деятельности организаций туристского бизнеса;

-по итогам проведенного DATA-анализа становится возможным получение массива аналитической информации о тенденциях в развитии и использовании цифровых технологий, непосредственно связанных с технологическими трансформациями в сфере внутреннего туризма, то есть формирования DATA-профиля оценки готовности к цифровизации (таблица 4.7) (Приложение 9);

- диагностика степени готовности субъектов сферы туризма к цифровизации основных бизнес-процессов базируется на анализе нормализованных, то есть сопоставимых, разнородных количественных и качественных показателей, позволяющих сформировать действенные механизмы управления развитием сферы туризма.

Практическую апробацию предложенной методики оценки готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям проведем на примере таких туристских регионов как Санкт-Петербург, Краснодарский край, Республика Карелия, Калининградская область и Алтайский край.

Исходной базой аналитического исследования послужили данные Росстата в разрезе субъектов Российской, статистические сборники НИУ «Высшая школа экономики» и индекса «Цифровая Россия» (таблица 4.4).

Как уже было отмечено ранее, сопоставимость информационных данных обеспечивалась путем расчёта нормализованных значений показателей, полученных путем деления их фактических значений на средние значения за рассматриваемый период времени (таблица 4.5).

(Приложение10).

Таблица 4.4 – Статистический набор показателей, необходимых для анализа

Показатель	Ед. измерения	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
Социально-экономический потенциал цифровизации	Наличие доступа к интернету населения региона	% от общего количества населения региона	73,2	73,6	77,0	36,0	36,2	37,8	58,6	59,0	61,7	37,1	37,3	39,0	41,4	41,7	43,6	36,6	36,8	38,5
	Использование населением региона мобильных приложений	% от общего количества населения в возрасте 15–74 лет	68,8	72,6	76,7	33,8	35,7	37,7	55,1	58,2	61,5	34,9	36,8	38,9	39,0	41,1	43,4	34,4	36,3	38,4
	Индекс ВШЭ «Социально-экономические условия инновационной деятельности»		0,4	0,4	0,5	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4
	Итого СЭП		142,4	146,6	154,2	70,1	72,2	75,9	114,3	117,7	123,8	72,3	74,5	78,3	80,9	83,3	87,6	71,4	73,5	77,3
Научно-технический потенциал цифровизации	Количество населения, которые имеют базовый или выше базового уровень цифровых навыков	Количество чел., в расчете на 100 чел.	64,5	68,1	78,3	31,7	33,5	38,5	51,7	54,6	62,7	32,7	34,5	39,7	36,5	38,6	44,3	32,3	34,1	39,2

Показатель	Ед. измерения	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
Наличие IP – технологий в организациях туристского бизнеса	% от общего количества организаций туристского бизнеса	78,9	79,3	81,5	38,8	39,0	40,0	63,2	63,5	65,3	40,0	40,2	41,3	44,7	44,9	46,1	39,5	39,7	40,8	
Наличие электронного обмена данными между внутренними и внешними информационными системами	% от общего количества организаций туристского бизнеса	62,2	64,8	66,4	30,6	31,8	32,6	49,8	51,9	53,2	31,5	32,8	33,6	35,2	36,7	37,6	31,1	32,4	33,2	
Индекс ВШЭ (Высшей школы экономики) по направлению «Научно-технический потенциал»		0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	
Итого НТП		206,0	212,6	226,6	101,3	104,6	111,5	165,2	170,5	181,8	104,5	107,8	114,9	116,7	120,5	128,4	103,2	106,5	113,6	
Техника, технологии и инновационная деятельность	Наличие программного обеспечения в области решения социально-экономических задач в разрезе основных	% от общего числа организаций туристского бизнеса	50,9	50,0	51,4	25,0	24,6	25,2	40,8	40,1	41,2	25,8	25,3	26,0	28,8	28,3	29,1	25,5	25,0	25,7

Показатель	Ед. измерения	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
бизнес-процессов организаций сферы туризма.																				
Программные средства автоматизации процессов анализа и контроля защищенности компьютерных систем	% от общего количества организаций туристского бизнеса	29,0	29,0	35,3	14,2	14,2	17,3	23,2	23,2	28,3	14,7	14,7	17,9	16,4	16,4	20,0	14,5	14,5	17,7	
Наличие мобильных приложений, сервисов и информационных порталов.	% от общего количества организаций туристского бизнеса	45,4	43,2	46,0	22,3	21,2	22,6	36,4	34,6	36,9	23,0	21,9	23,3	25,7	24,5	26,0	22,7	21,6	23,0	
Индекс ВШЭ «Инновационная деятельность»		0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,6	0,6	0,7	0,3	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4	0,5	
Итого ТИД		125,3	122,2	132,7	61,6	60,0	65,2	100,4	97,9	106,3	63,5	61,9	67,2	70,9	69,2	75,1	62,7	61,2	66,4	
Итоговая оценка		473,7	481,4	513,5	233,0	236,8	252,6	379,9	386,1	411,9	240,2	244,2	260,5	268,5	272,9	291,1	237,3	241,2	257,2	

Источник: составлено автором по данным [91, 92]

Таблица 4.5 – Нормализованные значения показателей функциональных блоков

Показатель		Ед. изм.	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край		
			2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Социально-экономический потенциал цифровизации	Наличие доступа к интернету населения региона	% от общего количества населения региона	0,98	0,99	1,03	0,48	0,48	0,51	0,79	0,79	0,83	0,50	0,50	0,52	0,56	0,56	0,58	0,49	0,49	0,52
	Использование населением региона мобильных приложений	% от общего количества населения региона в возрасте 15–74 лет	0,95	1,00	1,06	0,46	0,49	0,52	0,76	0,80	0,85	0,48	0,51	0,53	0,54	0,57	0,60	0,47	0,50	0,53
	Индекс ВШЭ «Социально-экономические условия инновационной деятельности»		0,94	0,98	1,08	0,79	0,83	0,91	1,19	1,25	1,37	0,82	0,86	0,94	1,05	1,10	1,21	0,70	0,74	0,81
	Итого СЭП		2,86	2,97	3,17	1,73	1,80	1,94	2,73	2,84	3,04	1,79	1,86	2,00	2,14	2,23	2,39	1,67	1,73	1,86
Научно-технический потенциал	Количество населения, которые имеют базовый или выше базового уровень цифровых навыков	Количество чел., в расчете на 100 чел.	0,92	0,97	1,11	0,45	0,48	0,55	0,74	0,78	0,89	0,46	0,49	0,56	0,52	0,55	0,63	0,46	0,48	0,56

Показатель	Ед. изм.	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
Наличие IP – технологий в организациях туристского бизнеса	% от общего количества организаций туристского бизнеса	0,99	0,99	1,02	0,49	0,49	0,50	0,79	0,80	0,82	0,50	0,50	0,52	0,56	0,56	0,58	0,49	0,50	0,51	
Наличие электронного обмена данными между внутренними и внешними информационными системами	% от общего количества организаций туристского бизнеса	0,96	1,01	1,03	0,47	0,49	0,51	0,77	0,81	0,83	0,49	0,51	0,52	0,55	0,57	0,58	0,48	0,50	0,52	
Индекс ВШЭ «Научно-технический потенциал»		0,94	0,98	1,08	0,84	0,88	0,97	1,29	1,35	1,49	0,76	0,80	0,88	0,81	0,85	0,93	0,79	0,83	0,91	
Итого НТП		3,81	3,95	4,25	2,25	2,34	2,52	3,59	3,73	4,02	2,22	2,30	2,48	2,43	2,53	2,72	2,22	2,31	2,49	
Техника, технологии и инновационная деятельность	Наличие программного обеспечения в области решения социально-экономических задач в разрезе основных бизнес-процессов	% от общего числа организаций туристского бизнеса	1,00	0,98	1,01	0,49	0,48	0,50	0,80	0,79	0,81	0,51	0,50	0,51	0,57	0,56	0,57	0,50	0,49	0,51

Показатель	Ед. изм.	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
организаций сферы туризма.																				
Программные средства автоматизации процессов анализа и контроля защищенности компьютерных систем	% от общего количества организаций туристского бизнеса	0,93	0,93	1,14	0,46	0,46	0,56	0,75	0,75	0,91	0,47	0,47	0,58	0,53	0,53	0,64	0,47	0,47	0,57	
Наличие мобильных приложений, сервисов и информационных порталов.	% от общего количества организаций туристского бизнеса	1,01	0,96	1,03	0,50	0,47	0,50	0,81	0,77	0,82	0,51	0,49	0,52	0,57	0,55	0,58	0,51	0,48	0,51	
Индекс ВШЭ «Инновационная деятельность»		0,94	0,98	1,08	0,71	0,75	0,82	1,60	1,68	1,85	0,93	0,98	1,08	0,50	0,52	0,57	1,16	1,22	1,35	
Итого ТИД		2,95	2,88	3,17	1,45	1,41	1,56	2,36	2,31	2,54	1,49	1,46	1,61	1,67	1,63	1,80	1,47	1,44	1,59	
Итоговая оценка		9,62	9,80	10,59	5,43	5,55	6,01	8,68	8,88	9,61	5,50	5,63	6,09	6,24	6,38	6,91	5,37	5,48	5,94	

Источник: составлено автором

Таблица 4.6 –Итоговые нормализованные значения показателей субъектов внутреннего туризма

Функциональные блоки	Нормализованные значения показателей по РФ			Нормализованные значения показателей по Республике Карелия			Нормализованные значения показателей по Санкт-Петербургу			Нормализованные значения показателей по Краснодарскому краю			Нормализованные значения показателей по Калининградской области			Нормализованные значения показателей по Алтайскому краю		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Социально-экономический потенциал инновационной деятельности	2,86	2,97	3,17	1,73	1,80	1,94	2,73	2,84	3,04	1,79	1,86	2,00	2,14	2,23	2,39	1,67	1,73	1,86
Научно-технический потенциал	3,81	3,95	4,25	2,25	2,34	2,52	3,59	3,73	4,02	2,22	2,30	2,48	2,43	2,53	2,72	2,22	2,31	2,49
Техника, технологии и инновационная деятельность	2,95	2,88	3,17	1,45	1,41	1,56	2,36	2,31	2,54	1,49	1,46	1,61	1,67	1,63	1,80	1,47	1,44	1,59
Итоговая оценка	9,62	9,80	10,59	5,43	5,55	6,01	8,68	8,88	9,61	5,50	5,63	6,09	6,24	6,38	6,91	5,37	5,48	5,94

Источник: составлено автором

Таблица 4.7 DATA–профиль оценки степени готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям²⁴

Аналитический блок	Нормализованные значения РФ			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Республика Карелия			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Краснодарский край			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Калининградская область			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Алтайский край		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Социально-экономический потенциал инновационной деятельности	2,86	2,97	3,17	1,73	1,80	1,94	2,73	2,84	3,04	1,79	1,86	2,00	2,14	2,23	2,39	1,67	1,73	1,86
Научно-технический потенциал	3,81	3,95	4,25	2,25	2,34	2,52	3,59	3,73	4,02	2,22	2,30	2,48	2,43	2,53	2,72	2,22	2,31	2,49
Техника, технологии и инновационная деятельность	2,95	2,88	3,17	1,45	1,41	1,56	2,36	2,31	2,54	1,49	1,46	1,61	1,67	1,63	1,80	1,47	1,44	1,59
Итоговая оценка	9,62	9,80	10,59	5,43	5,55	6,01	8,68	8,88	9,61	5,50	5,63	6,09	6,24	6,38	6,91	5,37	5,48	5,94

Источник: составлено автором основе данных Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» - Индикаторы цифровой экономики
<https://www.hse.ru/primarydata/iio>

²⁴ Зеленым цветом обозначен высокий уровень (высокая готовность)
Желтым цветом обозначен недостаточный уровень готовности
Красным цветом обозначен слабый уровень готовности

Проведенная диагностика степени готовности к внедрению цифровых технологий по субъектам сферы туризма свидетельствует о весьма положительной динамике нормализованных показателей всех функциональных блоков.

Группировка итоговых нормализованных значений выраженных в виде DATA–профиля наглядно показывает, что цифровизация субъектов внутреннего туризма в целом по России находится на среднем уровне. Однако, полученные показатели свидетельствуют о переходе в 2022 г на более интенсивный тип использования цифровых технологий в целом по стране. При этом в большинстве рассматриваемых территорий можно говорить о низкой степени готовности (Республика Карелия и Алтайский край), остальные территории показывают тенденцию роста, но находятся на среднем уровне (Краснодарский край и Калининградская область) и находящиеся на границе перехода к интенсивному уровню развития (Санкт-Петербург).

4.2 Методика оценки цифровой активности туристских организаций

Проведенное исследование диагностики готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям выявило достаточно сильный разброс технологических возможностей внедрения цифровизированного управления субъектами внутреннего туризма в отдельных регионах. В этой связи весьма важным является оценить уровень цифровой активности непосредственно туристских организаций, то есть провести исследования на микроуровне системы управления внутренним туризмом.

Цифровая активность представляет собой одну из важнейших категорий в современной экономической теории на макро- и микроуровнях. Цифровая активность в туристском бизнесе обеспечивает не только создание

качественно новых бизнес-систем и связей между их структурными элементами, но и трансформацию деятельности туристских организаций в целях воздействия на эффективность их функционирования. Одной из перспективных форм проявления цифровой активности в туризме может стать технология искусственного интеллекта. Ее возможно применять в основных секторах туристской деятельности, поскольку модель развития туризма, основанная на использовании потенциала цифровизации, напрямую зависит как от внутренних технологических возможностей организации, так и от внешних условий окружающей среды. На основе использования искусственного интеллекта осуществляется поиск и бронирование различных туров, в гостиничном бизнесе все более популярными становятся умные номера, выявляются факторы соответствия, позволяющие подстраивать окружающую среду под индивидуальные потребности и запросы туристов. Использование технологий искусственного интеллекта дает возможность практического сокращения времени на ответы по запросам туристов по всему временному отрезку в персонализированном формате. Еще одной современной формой цифровой активности в деятельности туристских организаций является онлайн-покупка туров, спроектированных самими туроператорами. В качестве примера данной формы можно привести поисковую систему сети туристических бюро «Мой горящий тур», поисковую систему туров Avianta, а также интернет-магазин туров Travelata.ru, систему Trivago.ru и др. Данные системы относятся к российским производителям, что дает возможность развивать сегменты внутреннего туризма в сегодняшних реалиях и вызовах международной ситуации. Таким образом, большинство цифровых технологий в повышении цифровой активности организаций сферы туризма во многом ориентированы на предпочтения туристов с последующим повышением продаж, однако стоит отметить, что с распространением Интернета, сам способ обработки данных туркомпаниями, как и сами стратегии продаж претерпевают значительные трансформации. С развитием IT- технологий стал возможен

сбор, хранение и обработка и анализ больших объемов информации или «Big data». В данном случае речь идет о любой информации, которую можно получить о потребителе на основе системы опросов, мониторинга поисковых Интернет-запросов, анализа данных внутри одной организации, национальной и международной статистики. К примеру, продукт компании Amadeus, платформа «Featured Results», запущенная в 2013 г. Благодаря механизмам гибкого поиска, система обрабатывает большой объем данных, и в результате выдает пользователю наиболее дешевые, быстрые и популярные варианты перелетов. Аналогичным образом сегодня работают и другие популярные сервисы (AviaSales, Skyscanner и др.). Возможность анализа большого объема данных дала толчок к развитию цифрового маркетинга в туризме. Современный маркетинг изменил облик самих туристских организаций. Сокращение офлайн агентских продаж и туроперейтинга, прежде всего, на экскурсионных направлениях все сильнее вынуждает туристскую индустрию переходить от офисов по продажам туров переходить к цифровому хабу (seo-продвижение веб ресурса, продвижение в социальных сетях, партнерский маркетинг и др.). Например, блокчейн-технологии, позволяют хранить данные о финансовых операциях в едином цифровом пространстве. Главными преимуществами данной системы являются прозрачность и отсутствие иерархии, поскольку каждый участник имеет ко всей информации в «цепи». В последнее время в области цифровизации продаж туристских услуг особое значение концепция электронной путевки. Электронная путевка является попыткой оцифровать процесс договорных отношений между туристом, турагентом и туроператором, которая подразумевает подключение туроператоров к единой информационной системе, благодаря чему станет возможным осуществлять прямое взаимодействие всех сторон, задействованных в приобретении и реализации турпродукта. В наиболее общем виде, формы проявления цифровой активности в туристском бизнесе возможно представить в виде следующей модели (рисунок 4.3).

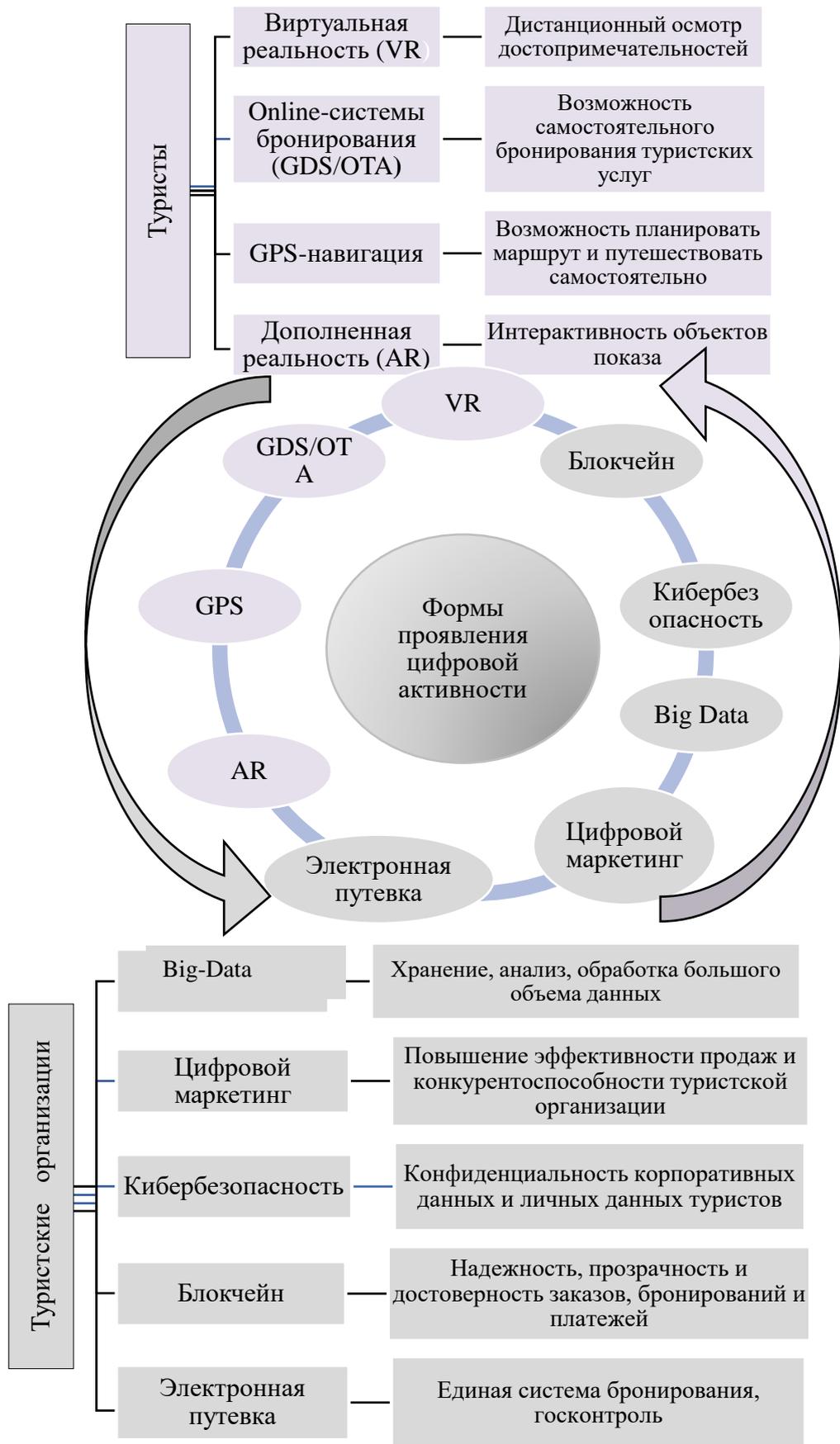


Рисунок 4.3- Формы и механизмы проявления цифровой активности в туризме

Источник: составлено автором

Реализация представленной модели предполагает детализацию цифровых технологий, позволяющих на их основе оценить уровень цифровой активности туристских организаций, отражающий современные тренды и являющийся вектором технологических трансформаций.

Агентством стратегических инициатив (АСИ) был проведен опрос целевой аудитории – представителей сферы туризма (от туроператоров и отельеров до производителей сувенирной продукции) с целью выяснения степени применения цифровых технологий в своей деятельности, которые представлены на рисунке 4.4.



Рисунок 4.4 - Цифровые технологии, применяемые организациями сферы туризма

Источник: составлено автором по данным АСИ и Б1 запустили опрос об ожиданиях россиян от внутреннего туризма
<https://asi.ru/news/192329/>

Представленные формы проявления цифровой активности формируют ее экономическую сущность в повышении эффективности технологических трансформаций в системе управления внутренним туризмом на микроуровне.

На основе анализа научных публикаций и исследований можно отметить, что современным формам проявления цифровой активности уделяется значительное внимание, как со стороны научных сообществ, так и со стороны практической деятельности.

Несмотря на особое внимание и интерес к рассматриваемой проблематике, в научно-исследовательском сообществе до настоящего времени не выработан единый подход к категории «цифровая активность» относительно туристских организаций, который учитывал бы специфические особенности их деятельности. Ряд существующих определений ограничивает цифровую активность совокупностью действий по разработке и внедрению онлайн услуг, не отражая при этом эффекты осуществления процессов цифровизации, способность к сохранению определенного уровня цифровых трансформаций и обеспеченность ресурсного комплекса.

Неоднозначно также трактуются виды цифровых технологий и их влияние на основные бизнес-процессы в туристском бизнесе. Недостаточно четко определены ключевые индикаторы цифровой активности туристских организаций, не сформированы рекомендации по практическому определению степени цифровой активности организаций туристского бизнеса.

В связи с этим с целью разработки методических рекомендаций по оценке цифровой активности туристских организаций существует необходимость исследования и уточнения влияния цифровизации на управление технологическими трансформациями (рисунок 4.5).

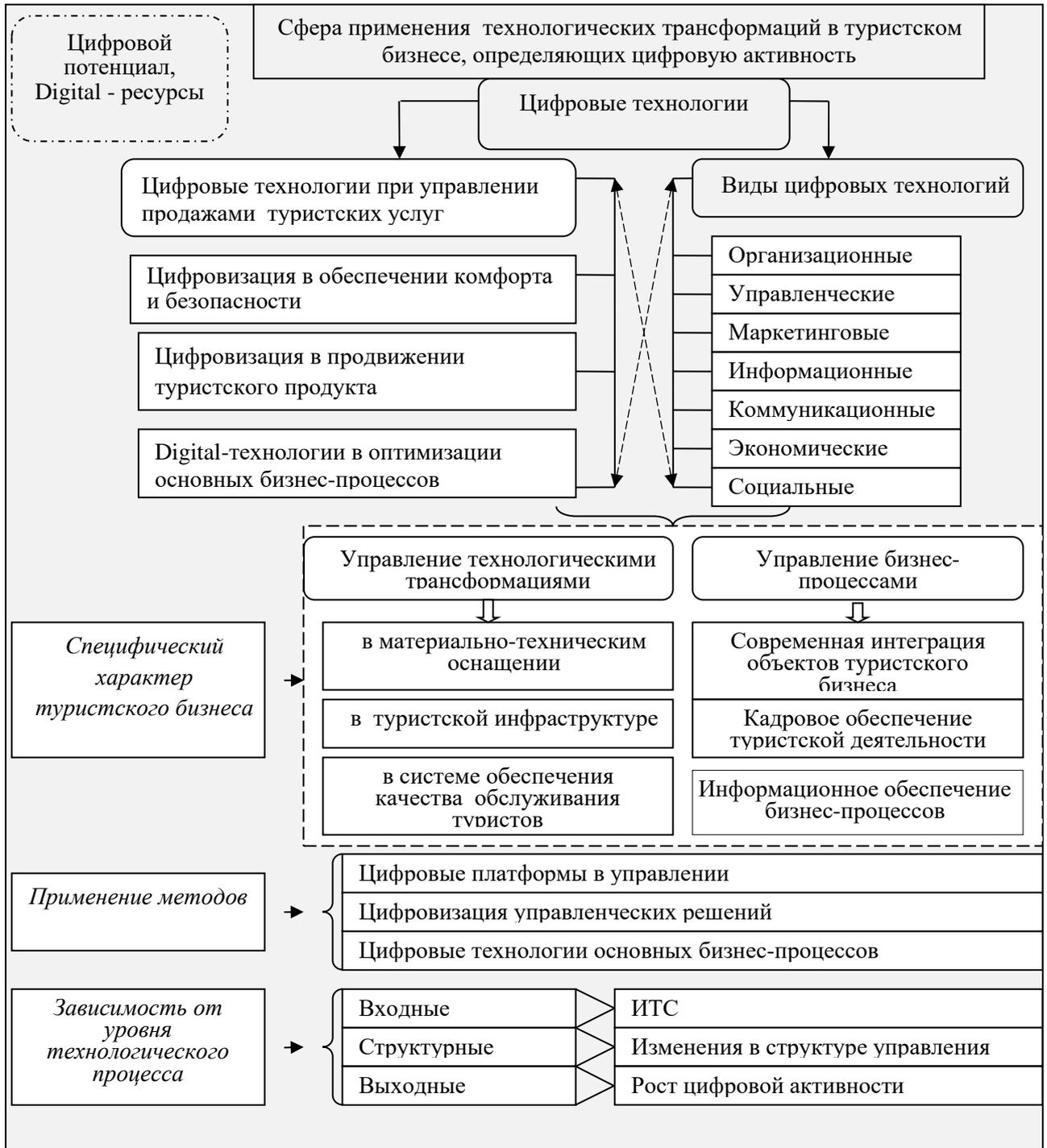


Рисунок 4.5 - Взаимосвязь технологических и цифровых трансформаций исходя из структурно- функционального признака

Источник: составлено автором

Предложенная схема дает возможность определить и идентифицировать технологические трансформации, направленные на повышение цифровой активности, в том числе в отношении их вида с учетом

специфики туристского бизнеса. В указанной схеме просматривается также прямая взаимосвязь технологических и цифровых трансформаций, построенная по структурно- функциональному признаку, где в качестве типологии заложен принцип системности исследования базовых составляющих, что позволяет сформировать методику оценки цифровой активности.

Схематично методику оценки цифровой активности туристских организаций можно представить в качестве компонента «Цифровой подсистемы» в поэлементной декомпозиции системы управления развитием туризма в условиях технологических трансформаций (рисунок 4.6).

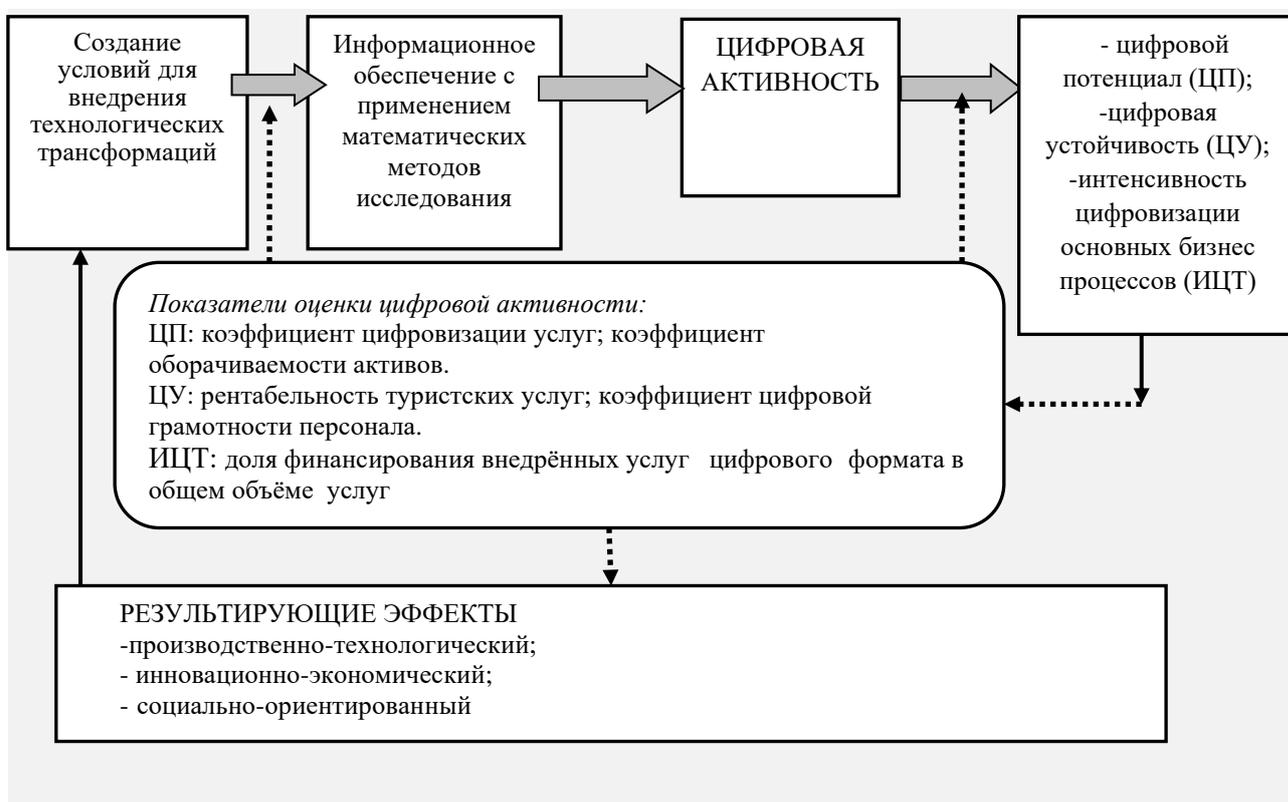


Рисунок 4.6 –Методика оценки цифровой активности туристских организаций

Источник: составлено автором на основе Туризм в цифре: как VR и другие технологии меняют туристический бизнес
<https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/>

Таким образом, основой цифровой активности являются информация, научные знания и цифровые технологии.

По нашему мнению, содержание понятия «цифровая активность» возможно наиболее полно отразить посредством таких индикаторов, как цифровой потенциал, цифровая устойчивость, интенсивность процессов цифровых трансформаций и соответствующие результирующие эффекты (рисунок 4.7). Данные индикаторы в наибольшей степени характеризуют процессы преобразования различных систем по ключевым компонентам. Подобный подход позволяет использовать соответствующие показатели, количественно и качественно отображающие специфику процессов цифровизации, осуществляемых туристскими организациями.

Как определено в представленной выше методике величина результирующих эффектов может определяться достижением целевых индикаторов с позиции следующих направлений:

- производственно-технологического;
- инновационно-экономического;
- социально-ориентированного.



Рисунок 4.7 – Ключевые индикаторы цифровой активности туристских организаций

Источник: составлено автором

Говоря об цифровой устойчивости, имеется в виду способность туристских организаций обеспечивать эффективную деятельность, выраженную в высоком уровне применения цифровых технологий и онлайн сервисов под воздействием внешних условий.

Цифровая устойчивость подразумевает обеспечение бесперебойного механизма внедрения технологических трансформаций в организационно-управленческом механизме, выпуске услуг в цифровом формате.

Реализация представленных индикаторов позволяет оценить уровень цифровой активности субъектов туристского бизнеса, поскольку позволяет рассчитать эффект операционного рычага, проявляющееся в том, что увеличение любого индикатора приводит к более сильному изменению общего уровня цифровой активности. К примеру, расчет силы воздействия операционного рычага, составившего 6,5, означает, что при возможном росте цифрового потенциала на 5 % цифровая активность возрастет на 32% ($5 * 6,5$). Потенциальное уменьшение цифровой устойчивости, в свою очередь, к примеру, на 10 %, сразу же снизит цифровую активность на 65 % ($10 * 6,5$).

Таким образом, модель развития туризма, построенная на реализации процессов технологических трансформаций, должна базироваться на следующих положениях, в наибольшей степени отражающих цифровую активность, цифровой потенциал и цифровую устойчивость к внешним воздействиям:

- повсеместная автоматизация всех секторов и сфер сферы туризма;
- управление всеми составляющими звеньями производства и реализации туристского продукта должны производиться с помощью программно-целевого подхода к управлению;
- основные этапы реализации туристских услуг должны обеспечиваться деятельностью функциональных звеньев в формате единого целого, в основе которого заложена система онлайн-режима, настроенная на потоки обратных связей.

Следовательно, цифровая активность это обобщенная характеристика результирующих эффектов процессов технологических трансформаций, выражаемая через уровень интенсивности цифровизации основных бизнес-процессов туристских организаций, степень применения цифрового потенциала и величину цифровой устойчивости.

Основываясь на разработанном определении, можно сделать вывод о том, что регулирование и развитие цифровой активности необходимо обеспечивать управленческими воздействиями, направленными на реализацию ее индикаторов и показателей посредством соответствующей оценки.

Методология оценки цифровой активности туристских организаций базируется на использовании математических методов исследования, одним из которых является метод ранговой корреляции, основанный на использовании процессов ранжирования, а также выявления и оценки тесноты связи показателей путем построения матрицы корреляций.

Для оценки цифровой активности автором выбраны по два ключевых показателя относительно цифрового потенциала, цифровой устойчивости и интенсивности реализации цифровых трансформаций с наивысшим рангом, а также индикаторы результирующих эффектов по всем трём направлениям. Применение подобного подхода обусловлено рядом преимуществ:

- использование конкретных и практически применимых показателей, дающих наиболее полную оценку фактического уровня цифровой активности туристских организаций;
- системная оценка цифровой активности туристских организаций с использованием наиболее значимых показателей, которые в совокупности отражают уровень цифровизации и достижения соответствующих результирующих эффектов;
- визуализация динамики показателей цифровизации, что позволяет сравнивать деятельность туристских организаций;

- сопоставление как натуральных, так и стоимостных показателей на основе вычисления относительных величин в виде коэффициентов или индексов.

Оценка близости рангов показателей цифровой активности определена на основе использования коэффициента ранговой корреляции по метрическим соотношениям, рассчитываемого по формуле:

$$\text{КРК}_M = 1 - \frac{6 \cdot \sum R_c^2}{t(t^2 - 1)}, \quad (1)$$

где: КРК_M - коэффициент ранговой корреляции по метрическим соотношениям;

R_c - разность рангов каждой пары сопоставляемых индикаторов;

t - объем выборки.

В целях более точного определения уровня цифровой активности туристской организации следует рассчитать и коэффициент ранговой корреляции по инверсиям, который представляет собой разность между вероятностями совпадения инверсии в рангах:

$$\text{КРК}_I = \frac{\text{Сов}(x) - I(y)}{t \frac{(t-1)}{2}}, \quad (2)$$

где: КРК_I - коэффициент ранговой корреляции по инверсиям

$\text{сов}(x)$ - число совпадений,

$I(y)$ - число инверсий,

t - объем выборки.

Апробация предлагаемой методики осуществлена автором на примере трех организаций туристского бизнеса, являющихся лидерами индустрии гостеприимства в Краснодарском крае. В целях сохранения коммерческой тайны об экономической и финансовой деятельности данных организаций, их названия не разглашаются.

Согласно представленным методическим рекомендациям к оценке цифровой активности туристских организаций необходимо с помощью математических методов исследования, в частности метода ранговой корреляции, определить степень цифровой активности выбранных

туристских организаций. Расчет коэффициентов ранговой корреляции туристских организаций осуществлен по метрическим соотношениям и по инверсиям, результаты которого отражены в таблице 4.8.

Показатель оценки цифровой активности (ЦА) туристских организаций, основанный на двух коэффициентах ранговой корреляции для определенного периода времени, возможно определить по следующей формуле:

$$\text{ЦА} = \frac{(1+\text{КРКм}) \times (1+\text{КРКи})}{4}, \quad (3)$$

где: ЦА – показатель цифровой активности анализируемых туристских организаций;

КРКм – коэффициент ранговой корреляции по метрическим соотношениям;

КРКи – коэффициент ранговой корреляции по инверсиям.

Таблица 4.8 – Расчет степени цифровой активности туристских организаций на основе коэффициентов ранговой корреляции

Показатели (ранг)		Туристская организация «А»				Туристская организация «В»				Туристская организация «С»			
		Темп роста, %	Ранговый показатель	Метрическое соотношение	Инверсия	Темп роста, %	Ранговый показатель	Метрическое соотношение	Инверсия	Темп роста, %	Ранговый показатель	Метрическое соотношение	Инверсия
Цифровой потенциал	Коэффициент цифровизации услуг	0,53	5	2	8	0,62	3	1	5	0,43	6	3	8
	Коэффициент оборачиваемости активов	0,27	9	2	6	0,32	6	1	4	0,22	8	3	7
Цифровая устойчивость	Рентабельность туристских услуг	0,82	1	1	5	0,73	1	2	6	0,59	4	3	6
	Коэффициент цифровой грамотности персонала	0,37	8	1	4	0,05	9	3	5	0,27	7	2	3
Интенсивность цифровых трансформаций	Доля финансирования цифровизированных услуг в выручке от реализации	0,48	6	2	3	0,58	4	1	3	0,18	9	3	4
	Доля финансирования внедрённых услуг цифрового формата в общем объёме услуг	0,7	3	2	2	0,63	2	3	3	0,84	1	1	2
Производственно –		0,74	2	2	1	0,35	5	3	2	0,76	2	1	2

Показатели (ранг)	Туристская организация «А»				Туристская организация «В»				Туристская организация «С»			
	Темп роста, %	Ранговый показатель	Метрическое соотношение	Инверсия	Темп роста, %	Ранговый показатель	Метрическое соотношение	Инверсия	Темп роста, %	Ранговый показатель	Метрическое соотношение	Инверсия
технологический результирующий эффект												
Инновационно-экономический результирующий эффект	0,61	4	2	1	0,10	8	3	1	0,64	3	1	1
Социально-ориентированный результирующий эффекты	0,45	7	2	0	0,16	7	3	0	0,53	5	1	0
Сумма метрических соотношений	16				20				18			
Коэффициент ранговой корреляции по метрическим соотношениям	0,27				0,45				0,73			
Сумма инверсий	30				29				33			
Коэффициент ранговой корреляции по инверсиям	0,37				0,61				0,52			
Цифровая активность	0,43				0,58				0,66			

Источник: составлено автором

По итогам оценки наибольшим уровнем цифровой активности обладает туристская организация С (0,66), наименьший уровень демонстрирует туристская организация А (0,43).

Полученные результаты оценки цифровой активности туристских организаций представим в виде графика (рисунок 4.8).

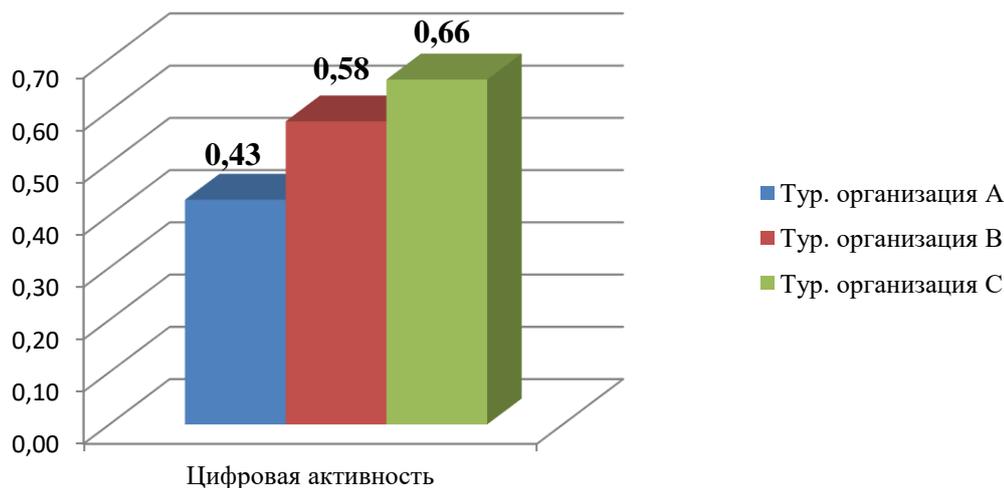


Рисунок 4.8 – Результаты оценки цифровой активности туристских организаций, %

Источник: составлено автором

Представленный подход позволяет всесторонне оценить уровень цифровой активности туристской организации. Полученные результаты формируют информационную базу для разработки тактических и стратегических мероприятий и механизмов, направленных на обеспечение поставленных целей устойчивого развития туристских организаций в условиях технологических трансформаций.

4.3 Прогнозирование спроса на туристский продукт на основе импульсного моделирования (на примере Краснодарского края, г. Санкт-Петербург, Республика Карелия)

Структура технологических трансформаций, направленных на развитие внутреннего туризма, в качестве важнейшего элемента включает прогнозирование и имитационное моделирование

Применение методов прогнозирования в туризме является одним из актуальных и чрезвычайно важных направлений исследований, так как стратегические и тактические планы управления развитием сферы туризма должны основываться на анализе тенденций и объективных доказанных перспективах. В большей части российских и зарубежных научных работ в качестве объекта исследования выступает туристский спрос как на рынках внутреннего, так и въездного туризма. В ряде обзорных статей отмечается, что именно переменная прибытия туристов и/или ночевок в коллективных средствах размещения (КСР) по-прежнему является самым популярным показателем величины спроса на туризм.

Прогнозирование в этом случае идет либо по пути выявления закономерностей развития временных рядов с учетом сезонности (некаузальные модели), либо построения многомерных (каузальных эконометрических) моделей, ставящих в зависимость фактор туристского спроса от множества предикторов (показателей, индикаторов), формирующих причинно-следственные связи. Довольно распространенным методом для решения данной задачи выступает анализ множественной регрессии. Особый интерес представляет определение набора этих предикторов.

Особое внимание при составлении прогнозов в туризме уделяется фактору сезонности, под которой понимается устойчиво (регулярно) повторяющаяся характерная для туристской территории цикличность, связанная с изменением условий пребывания туристов и экскурсантов.

Явление сезонности ярко иллюстрируется динамикой уровней временного ряда различных форм и видов туристской деятельности (формирование, ценообразование, продвижение и потребление туристского продукта). Сезонная компонента входит в структуру ряда динамики наряду с трендом (общей тенденцией развития) и случайной составляющей (непрогнозируемой величиной, часто называемой случайной ошибкой). В некоторых случаях выделяются также циклические факторы, имеющие по сравнению с сезонностью больший эффект и отсутствие периодов строго определенной продолжительности.

При использовании трендовых моделей в прогнозировании предполагается, что основные факторы и тенденции прошлого периода сохраняются на период прогноза или, что можно обосновать и учесть направление их изменений в перспективе. Однако в настоящее время социально-экономические процессы как на микроуровне, так и на макроуровне очень динамичны.

Важную роль в деле совершенствования прогнозирования играют адаптивные модели, цель использования которых заключается в построении самонастраивающихся моделей, способных учитывать информационную ценность различных членов временного ряда и давать достаточно точные оценки будущих членов ряда.

Адаптивные модели прогнозирования — это модели, способные приспособливать свою структуру и параметры к изменению условий.

Общая схема построения адаптивных моделей может быть представлена следующим образом. По нескольким первым уровням ряда оцениваются значения параметров модели. По имеющейся модели строится прогноз на один шаг вперед, причем его отклонение от фактических уровней ряда расценивается как ошибка прогнозирования, которая учитывается в соответствии со схемой корректировки модели. Далее по модели со скорректированными параметрами рассчитывается прогнозная оценка на следующий момент времени и т.д. Таким образом, модель постоянно

учитывает новую информацию и к концу периода отражает тенденцию развития процесса, существующую в данный момент.

В основе адаптивного направления лежит простейшая модель экспоненциального сглаживания. Обобщение данной модели привело к появлению целого семейства адаптивных моделей.

Отметим, что данный метод обеспечивает быстрое получение прогноза на один период вперед и автоматически корректирует любой прогноз в свете различий между фактическими и спрогнозированными данными.

Пусть $f(t)$ - функция вероятности приобретения потенциальными туристами тура внутреннего туризма в момент времени t , а $F(t)$ - функция вероятности, описывающая долю потенциальных туристов в составе населения России в тот же момент времени.

Тогда условная вероятность прибытия некоторого количества туристов в указанный момент времени t примет вид (1).

$$УВ = \frac{f(t)}{(1 - F(t))} \quad (1)$$

Продолжая логику, данную условную вероятность можно описать, как линейную зависимость от $F(t)$:

$$УВ = \frac{f(t)}{(1 - F(t))} = a + b \cdot F(t)$$

Если обозначить через TF - общее число потенциальных туристов среди населения, тогда количество прибытий внутренних туристов в момент времени t можно определить по формуле:

$$КП = TF \cdot f(t),$$

При этом число потенциальных туристов может быть определено, как

$$ПТ = TF \cdot F(t).$$

Посредством математических преобразований количество прибытий внутренних туристов в момент времени t примет вид:

$$КП = a (TF - ПТ) + b \cdot ПТ(КП - ПТ)/КП$$

Поскольку данные статистики не позволяют дифференцировать новых туристов и повторно прибывающих, то можно предположить, что число

повторных туристов пропорционально числу потенциальных туристов среди населения, т.е. $T_{повт} = d \cdot ПТ$.

Тогда общее число прибытия туристов примет вид:

$$КП = a(TF - ПТ) + b \cdot \frac{ПТ(КП - ПТ)}{КП} + d \cdot ПТ$$

Первичный анализ ретроспективных данных о количестве прибытия туристов в различные регионы показывает, что характер изменения данных соответствует линейно-аддитивным типам трендов. Поэтому для исследования были выбраны модель Холта и модель адаптивного сглаживания Брауна.

В линейно-аддитивной модели тренда предполагается, что среднее значение прогнозируемого показателя - вероятности приобретения потенциальными туристами тура внутреннего туризма в момент времени - $f(t)$ изменяется согласно линейной функции времени:

$$f(t) = \mu + \lambda t + \varepsilon_t$$

где μ - среднее процесса; λ - скорость роста/убывания; ε_t - случайная ошибка.

Метод Холта основан на оценке параметра - мере степени линейного роста или падения показателя во времени. При этом фактор роста λ оценивается по коэффициенту b_t , который в свою очередь, вычисляется как экспоненциально взвешенное среднее разностей между текущими экспоненциально взвешенными средними значениями процесса u_t и их предыдущими значениями u_{t-1} . Характерная особенность данного метода - вычисление текущего значения экспоненциально взвешенного среднего u_t включает в себя вычисление прошлого показателя роста b_{t-1} , адаптируясь, таким образом, к предыдущему значению линейного тренда. Модель может быть записана в следующем виде

$$u_t = A \cdot d_t + (1 - A)(u_{t-1} + b_{t-1}),$$

$$b_t = B \cdot (u_t - u_{t-1}) + (1 - B) \cdot b_{t-1}$$

где A и B - коэффициенты, определяющие характер сглаживания

данных, d_t - фактическое значение данных.

В основу метода адаптивного сглаживания Брауна положена идея, что можно задать некоторый параметр γ такой, что взвешенная сумма отклонений между наблюдаемыми и ожидаемыми значениями становится минимальной

$$\sum_{i=1}^{\infty} \gamma^i \cdot (d_{t-i} - f_{t-i})^2 = \min \quad (7)$$

Брауном показано, что $u_t = u_{t-1} + b_{t-1} + (1-\gamma^2) \cdot e_t$,

где $e_t = d_t - f_t$, f_t - прогнозируемое значение, $b_t = b_{t-1} + (1-\gamma)^2 \cdot e_t$.

Значение γ Браун рекомендует принимать приблизительно равным 0,7-0,8.

Прогноз в данных моделях определяется суммированием оценки среднего текущего значения u_t и ожидаемого показателя роста b_t , умноженного на период упреждения τ , т.е. $f(t+\tau) = u_t + b_t \cdot \tau$.

В настоящее время для получения прогнозов в туризме помимо сведений государственной статистики актуальны данные исследований социальных сетей (парсинг), а также BigData (к примеру, статистика от мобильных операторов, данные кредитных организаций, агрегаторы гостиниц и пр.). Например, в основу прогноза спроса могут закладываться намерения посетить тот или иной туристский центр, выявленные на основании регулярных исследований тематических форумов платформы TripAdvisor, либо информация о мобильном роуминге путешественников, либо сведения, полученные с платформ фотохостинга (Flickr), позволяющие экстраполировать текущую информацию для оценки нагрузки на экологические парки и особо охраняемые природные территории.

Для оценки точности анализа по возможности необходимо сопоставлять официальные статистические данные и информацию, полученную с помощью BigData. Что же касается официальной статистики, которая функционально охватывает методологический аппарат и инструментарий сбора, обработки и агрегирования данных, то к её недостаткам можно отнести встречающиеся отличия одних и тех же

показателей в зависимости от способа получения, точности измерений и источника, публикующего данные. С точки зрения маркетинга и позиционирования туристского продукта, основываясь на поисковых запросах Гугл и Яндекс, автором разработана *матрица портретов потенциальных туристов территории* и характеристика направленности предложения туристского продукта (рисунок 4.9).

Мотивы и стимулы путешествия на данную территорию					
Классификация по уровню дохода		<i>Бизнес, престиж, высокий класс и рейтинг территории</i>	<i>Влияния трендов и моды на посещение территории</i>	<i>Отдых, смена обстановки и вида деятельности</i>	<i>Посещение друзей и родственников</i>
	<i>Высокий</i>	Формирование туристского продукта премиум класса, направленного на максимальное удовлетворение потребностей клиента			
	<i>Средний</i>		Формирование турпродукта, ориентированного на бизнес с предварительно обговоренными условиями и услугами		
	<i>Низкий доход</i>			Формирование массового туристского продукта с системой бонусов и скидок в том числе за счет привлечения партнеров	
					Обеспечение информационной доступности о туристских возможностях территории

Рисунок 4.9 - Матрица портретов потенциальных туристов территорий внутреннего туризма

Источник: составлено автором

С точки зрения адаптивного подхода к организации внутреннего туризма и его моделирования, потенциальных туристов можно разграничить по уровню дохода: Высокий (начиная с третьего квартиля (75 % и выше в диапазоне уровня дохода)), средний (второй квартиль (медиана – 50% данных по уровню дохода), низкий (первый квартиль (25% данных по уровню дохода)).

С точки зрения мотивов и стимулов, можно выделить следующие:

1. Бизнес-поездки, престиж, высокий класс и рейтинг территории – в основном присутствуют у лиц с высоким уровнем дохода, требующий эксклюзивный уровень обслуживания и дифференцированный спектр услуг. Данный туристский поток формирует эксклюзивный внутренний туризм территории.
2. Влияния трендов и моды на посещение территории – в основном касается лиц со средним уровнем дохода, которые покупают полноценные туристские пакеты с обговоренным спектром услуг. Данный туристский поток формирует престижный (модный) туризм.
3. Отдых, смена обстановки и вида деятельности – в основном касается лиц со средним и низким уровнем дохода, часто такой (массовый) туризм продвигается системой скидок и бонусов.
4. Посещение друзей и родственников – касается лиц с любым доходом, но целевым выступает преимущественно у лиц с низким уровнем дохода. Для развития, требуется лишь информационная открытость и доступность туристских объектов.
5. Смешанные стратегии, объединяющие в себе элементы туристского продукта вышеперечисленных групп.

На основании статистик Яндекс и Гугл, а также парсинга форумов платформы TripAdvisor, проведен анализ перспективности данной классификации потенциальных туристов, применительно к туристским территориям Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Республики Карелия.

Перспективность оценки вида туристского продукта может быть определена посредством импульсного моделирования.

К классическим методам имитационного моделирования относятся метод статистических испытаний (метод Монте-Карло), статистическое имитационное моделирование, когнитивное (импульсное) моделирование.

Импульсное моделирование базируется на формировании знаковых ориентированных графов (орграф)

$$G = \langle V, E \rangle,$$

где V – множество вершин - элементов исследуемой системы,

E – множество дуг, отражающих взаимосвязи между вершинами.

Инструментарий импульсного моделирования предоставляет возможность использовать данные как качественного, так и количественного характера.

Проведем анализ сценариев развития туристского продукта Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Республики Карелия.

Начальным этапом импульсного моделирования является формирование орграфа, отражающего основные взаимосвязи между туристскими продуктами (рисунок 4.10).

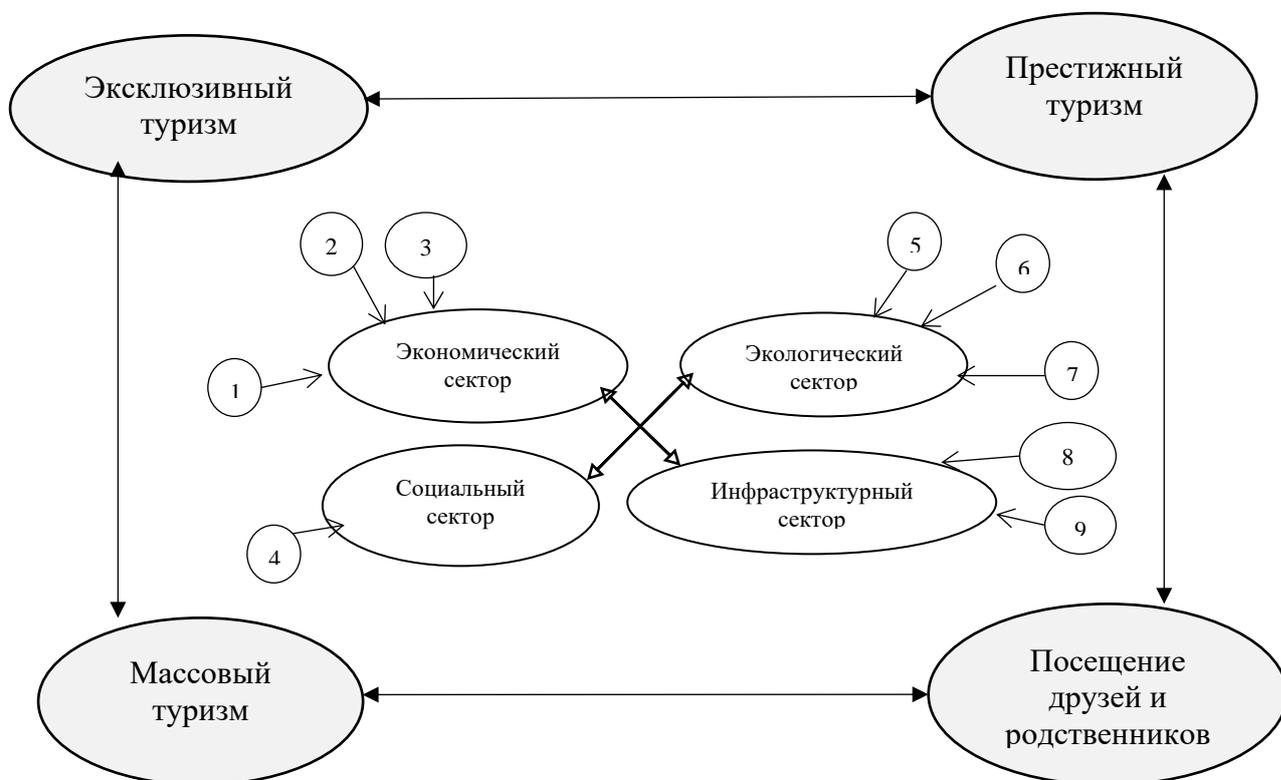


Рисунок 4.10 – Орграф оценки вклада видов туристского продукта в развитие туристской территории

Источник: составлено автором

Расшифровка взаимосвязей между частными показателями оценки вклада туристского продукта в развитие туристского пространства территорий приведена в таблице 4.9.

В столбце «вход» обозначены импульсы, идущие к конкретному параметру от других, при этом отметки без знака – подразумевают положительное влияние, а со знаком «-» – отрицательное. В столбце «выход» обозначены импульсы, которые идут от данного параметра в направлении других, с которым он наиболее тесным образом взаимосвязан.

Таблица 4.9 – Взаимосвязи между частными показателями оценки вклада туристского продукта в развитие туристского пространства территории)

№	Параметр (V)	Вход (E)	Выход (E)
1	Профицит (+), дефицит (-) бюджета рассматриваемой туристской территории в его фактическом исполнении (млн. руб.) – V_1	2, 3	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
2	Среднемесячный уровень заработной платы (руб.) – V_3	1, -4,	1, 2, 4,
3	Объем инвестиций в основной капитал (млн. руб.) – V_4	1, 8	1, 5, 6, 8, 9
4	Уровень безработицы (чел) – V_6	1, 2,	-2
5	Текущие (эксплуатационные) затраты на охрану окружающей среды, включая оплату услуг природоохранного назначения (млн. руб.) – V_9	1, 3, 7	7
6	Количество объектов, имеющих стационарные источники загрязнения атмосферного воздуха (ед.) – V_{10}	1, 3	7
7	Выброшено в атмосферу загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников (тыс. тонн) – V_{11}	1, 5, 6	5
8	Число мест в коллективных средствах размещения (ед.) – V_{12}	1, 3, 9	1,2
9	Коэффициент транспортной доступности – V_{13}	1, 3	8

Источник: составлено автором

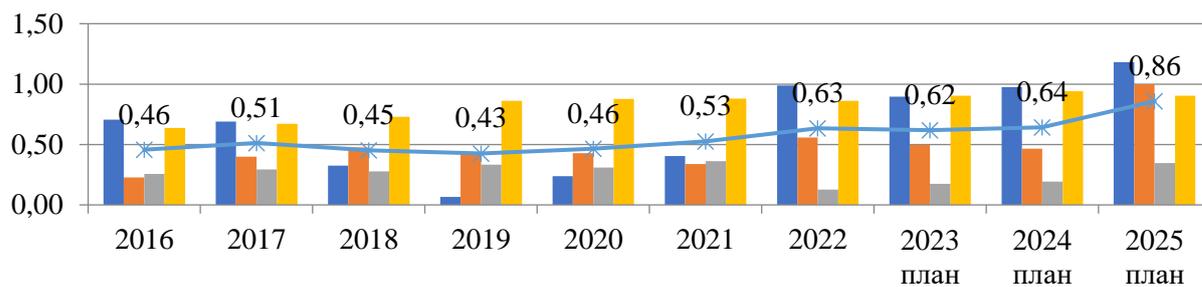
Так, например, идущие от параметра № 3 (объем инвестиций в основной капитал) положительные импульсы вызывают рост параметров 1, 8. При этом входящие в него импульсы от параметров 1, 8 оказывают положительное воздействие.

Проанализируем импульсные процессы, отображенные в орграфе.

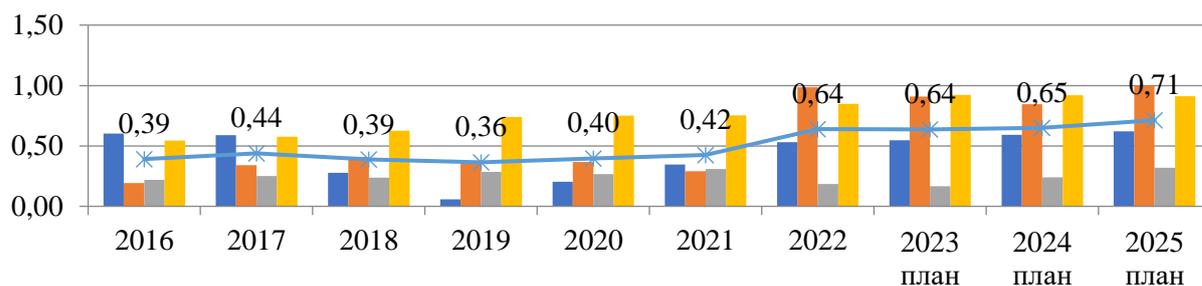
Сценарий 1 – развитие получает Эксклюзивный туризм (рисунок 4.11).

Данный вид туризма подразумевает прибытие людей с высоким уровнем дохода и, как следствие высоким платежеспособным спросом. Это требует инвестиций в основные средства с целью формирования конкурентного туристского предложения, а также инвестиции в туристский бренд данной территории.

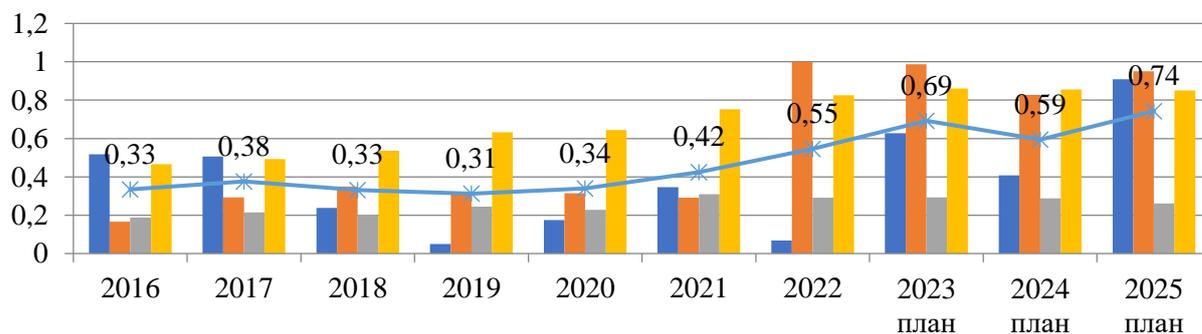
Санкт-Петербург



Краснодарский край



Республика Карелия



- Эксклюзивный туризм
- Массовый туризм
- Посещение друзей и родственников
- Престижный туризм
- *— Интегральный индикатор вклада развития эксклюзивного туризма

Рисунок 4.11 – Результаты импульсного моделирования сценария 1

Источник: составлено автором

Данные моделирования показывают, что данный вид туризма наибольшую результативность будет иметь в Санкт-Петербурге (значение интегрального индикатора 0,86) и самую низкую в Краснодарском крае. Это

также обусловлено сложившимся туристским потоком и природной ориентированностью туризма Республики Карелия.

Сценарий 2 – Развитие получает престижный туризм (рисунок 4.12).

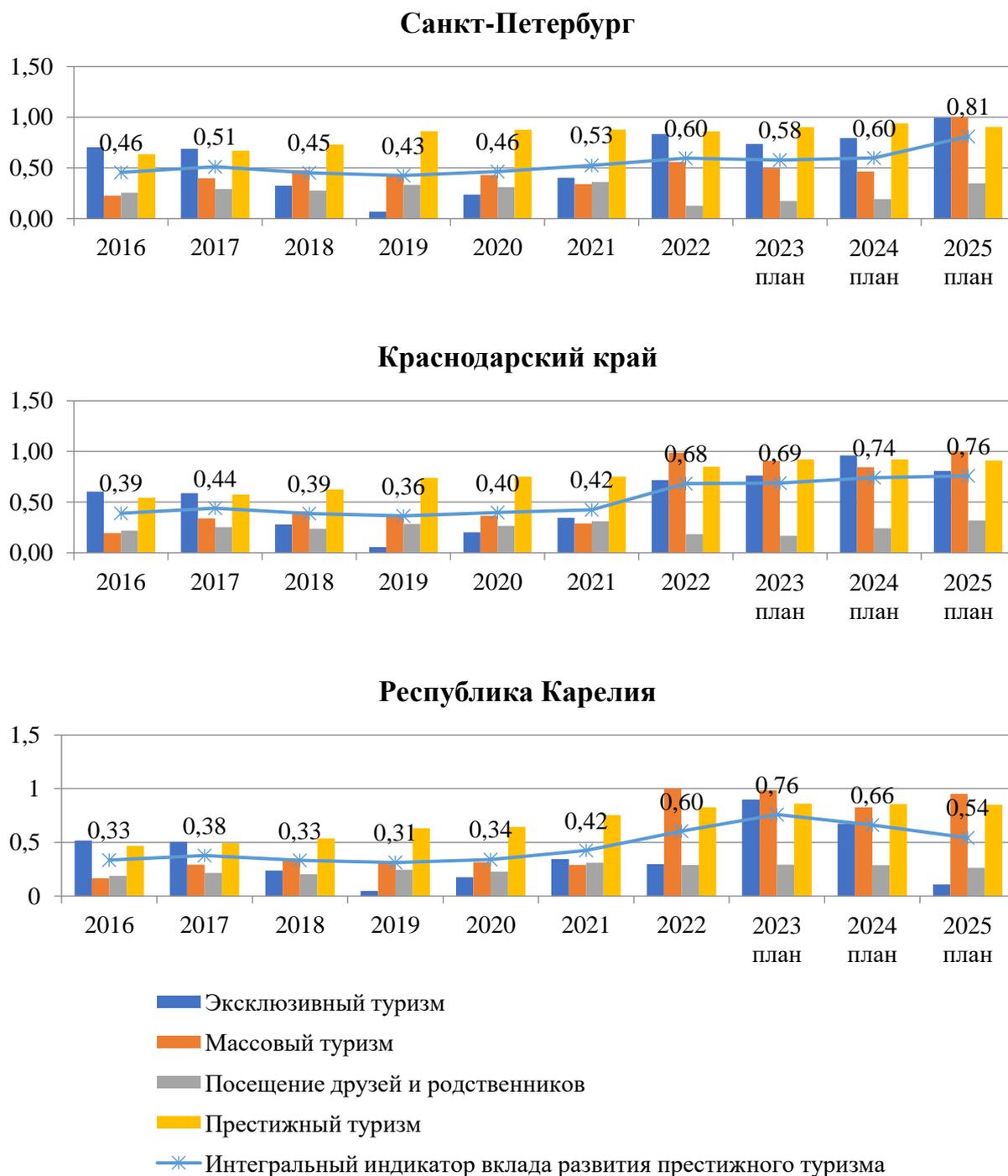


Рисунок 4.12 – Результаты импульсного моделирования сценария 2

Источник: составлено автором

Результаты моделирования показывают, что наибольшую результативность данный вид туризма также будет иметь в г. Санкт-

Петербург, а наименьшую в Республике Карелия, что может быть тоже обусловлено природной составляющей их туристского продукта и отдаленностью от событий массового масштаба.

Сценарий 3 – Развитие получает массовый туризм (рисунок 4.13).

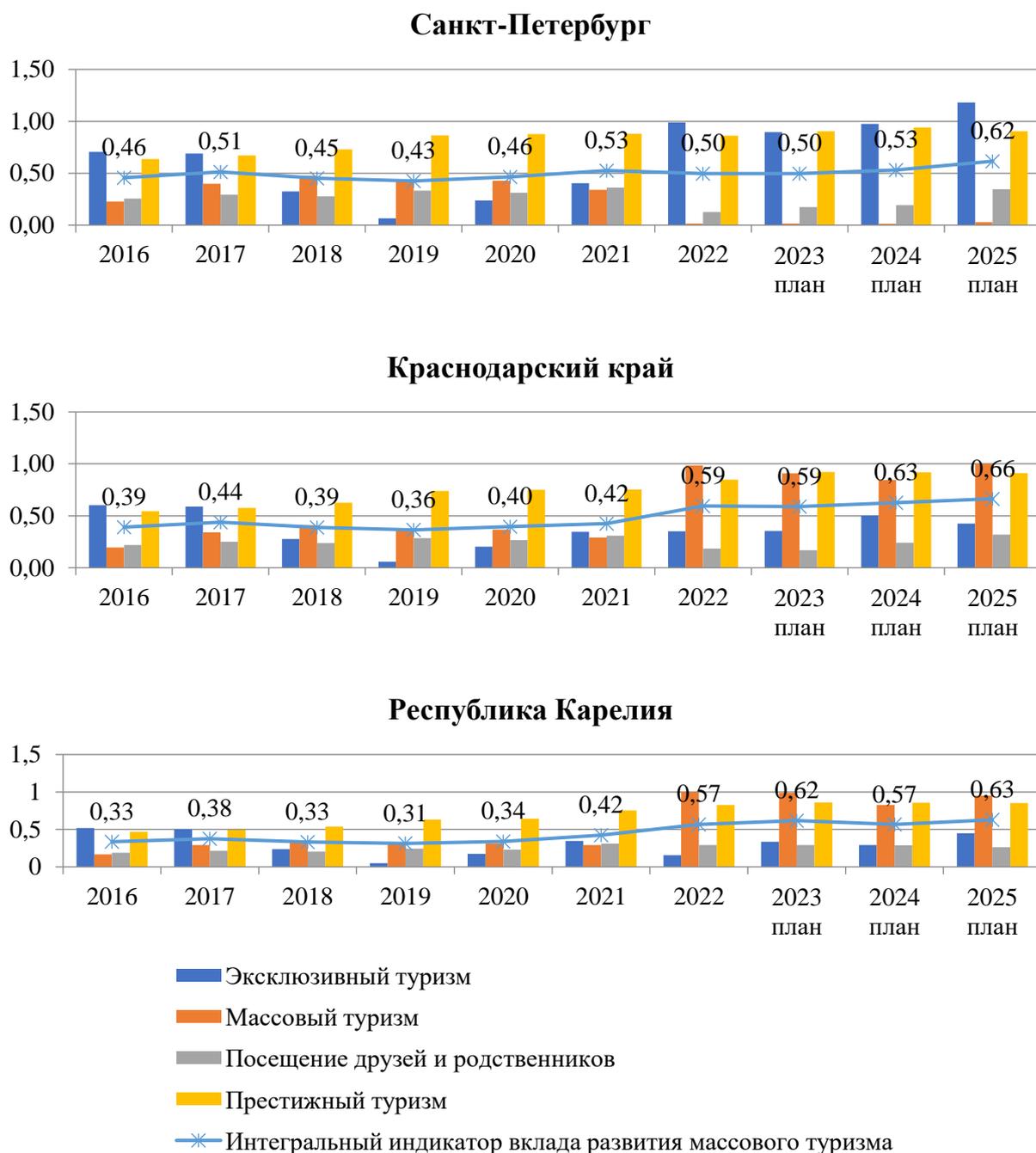


Рисунок 4.13 – Результаты импульсного моделирования сценария 3

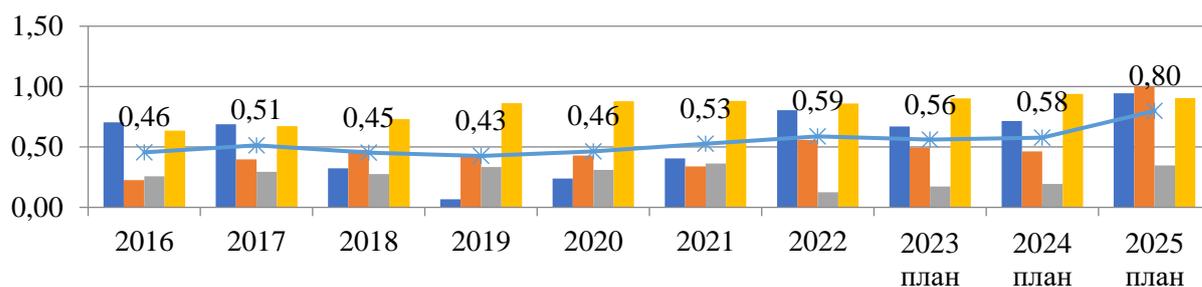
Источник: составлено автором

Данные импульсной модели показывают, что развитие массового туризма наибольший результат дает в Краснодарском крае, что обусловлено

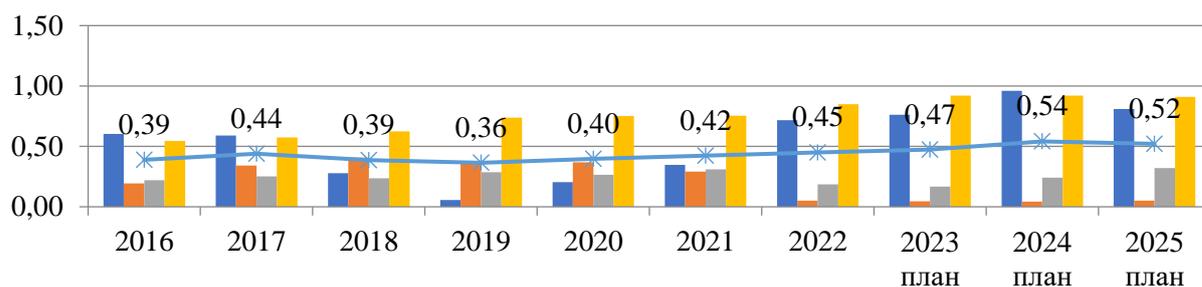
его сложившимся туристским продуктом, наименьшее – в г. Санкт-Петербург, что подтверждается преобладанием пакетных туров в настоящее время.

Сценарий 4 – Инфраструктурное развитие и повышение информационной открытости, что приводит к развитию туризма с целью посещения друзей и родственников (рисунок 4.14).

Санкт-Петербург



Краснодарский край



Республика Карелия

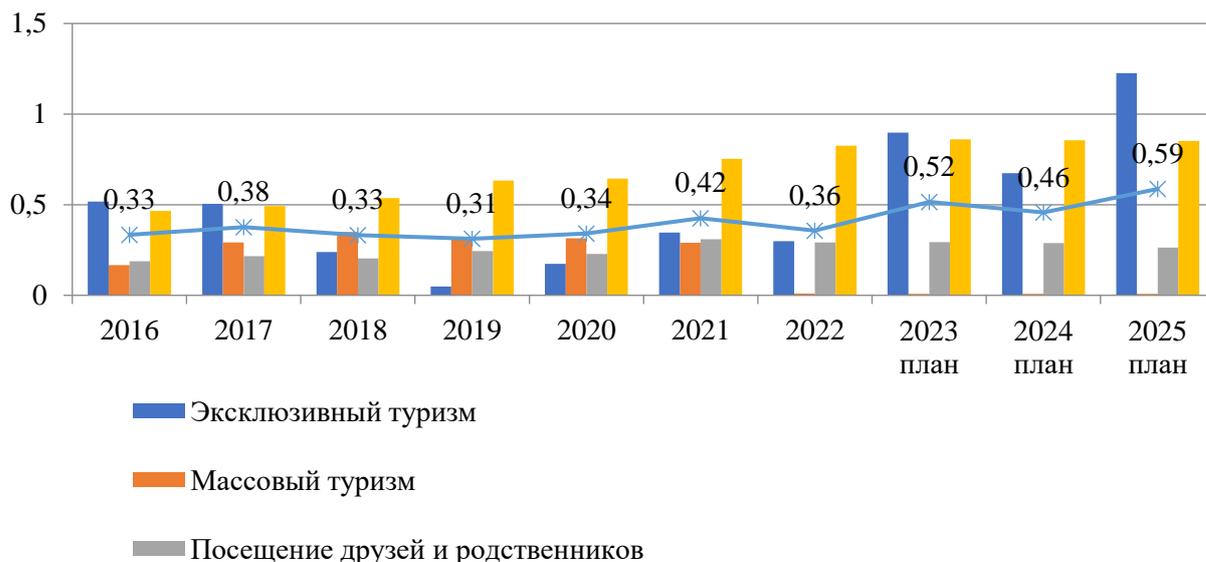


Рисунок 4.14 – Результаты импульсного моделирования сценария 4

Источник: составлено автором

Результаты моделирования показывают, повышение информационной открытости и транспортной доступности приводит к тенденции роста в Краснодарском крае и Республике Карелия и значительному скачку к 2025 году в г. Санкт-Петербург, поскольку он становится, в том числе транзитным пунктом между основными точками туристского маршрута для целей встречи с родственниками.

Результаты моделирования показывают положительную динамику по всем параметрам, а также целесообразность рассмотрения выбранных туристских продуктов в качестве основных с возможностью формирования смешанных продуктов. Это оказывает существенное влияние на экономическую, экологическую, социальную и инфраструктурную подсистемы управления внутренним туризмом и подчеркивает необходимость системного подхода к информационному обеспечению процессов формирования и управления туристским продуктом на основе адаптивного управления посредством формирования цифровых региональных платформ и цифровых экосистем.

ГЛАВА 5 ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

5.1 Структурно-функциональная модель региональной цифровой платформы

Как уже было отмечено, в условиях современных реалий сфера туризма претерпевает значительные изменения, связанные с негативным воздействием торгово-экономических санкций со стороны Запада, уходом глобальных платформ бронирования с отечественного рынка. В этой связи одним из ключевых трендов развития внутреннего туризма становится развитие и практическое использование в туристской деятельности технологических платформ, и в первую очередь, цифровых.

Платформенный подход нацелен в первую очередь на эффективное развитие цифровой активности сферы туризма, что обусловлено в первую очередь отсутствием отраслевых платформ, позволяющих объединить в единое цифровое пространство туристские организации по всей их структуре и потребителей туристских услуг, реализуя тем самым принципы информативности, системности и доступности.

Данный факт подтверждают и приоритеты в сфере государственной политики в отношении развития туризма. Так, в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» делается акцент на создании необходимых условий развития сферы туризма в разрезе увеличения масштабов внедрения информационно-коммуникационных и цифровых технологий в практическую деятельность ее субъектов. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года также обращает на себя внимание положение о необходимости достижения сферой туризма и его важнейшими секторами уровня мировых стандартов в развитии как цифровой инфраструктуры и сервисов, так и цифровых платформ продвижения туристских продуктов. В Стратегии актуализирован также комплекс

факторов, негативно влияющих на процессы развития информатизационно-коммуникационных технологий в туристской сфере. В первую очередь отмечен недостаточно конкурентоспособный технологический уровень информационных сервисов в формировании туристского продукта по отношению к имеющимся за рубежом, низкая заинтересованность турагентов и туроператоров в формировании и продвижении инновационных видов туристских предложений, направленных на создание эффективной и понятной системы поиска и выбора мест отдыха туристов. Возможности цифровизации, как одного из значимых факторов экономического развития, позволяют рассматривать современные тренды как некие платформенные модели, которые, безусловно, заимствуют элементы мировых трендов социально-экономического развития. Такой импорт и имплантация структурно-функциональных элементов определяет особенности современного этапа развития. Особенно сложно эти процессы интегрируются в условиях внешнего санкционного давления, однако такие трансформации очевидны. Платформенный подход к дальнейшему развитию туристской сферы является лучшим ответом на растущие глобальные вызовы в условиях новой реальности.

На уровне управления цифровая платформа, по сути, представляет из себя инструмент аккумуляции информационно-коммуникационных ресурсов, ресурсов производства туристского продукта в организационных системах в целях управления развитием внутреннего туризма. Практическое применение подобных платформ базируется на основе цифровой системы «Государство как платформа»²⁵, в которой сформировано электронное правительство на основе единой инфраструктуры цифровых систем и цифровых технологий. Если рассмотреть детально категорию «цифровая платформа», то ее интерпретация достаточно многогранна. Ряд экспертов в области

²⁵ Доклад Центра стратегических разработок «Государство как платформа» https://www.csr.ru/wp-content/uploads/2018/05/GOSUDARSTVO-KAK-PLATFORMA_internet.pdf

цифровизации ²⁶ обосновывают данную категорию весьма неоднозначно, представляя ее в качестве экономической системы предприятий, организаций с определенной взаимосвязью коммуникационных отношений, либо в качестве информационно-сетевой структуры, с определенным комплектом цифровых программ и соответствующих моделей и пр. Несмотря на неоднозначность трактовок к цифровым платформам, в них прослеживаются возможности к организации процессов взаимодействия между управлением, бизнесом и людьми в едином цифровом формате.

Следовательно, цифровая платформа генерирует посредством трансформационных процессов как сам технологический конструктив, так и информационную модель и даже всю экосистему²⁷. В данном смысле формирование цифровой платформы предполагает ряд трактовок:

- платформу возможно представить как определенную технологию;
- платформа формируется как бизнес-модель организации взаимодействий участников;
- платформа является частью экосистемы либо целой экосистемой.

Поскольку такое многозначное предназначение цифровых платформ на всех уровнях управления, то возникают условия и формы их интеграции в единое пространство посредством формирования цифровых экосистем. Платформенный подход можно структурировать по следующим направлениям:

- на основе совместного применения цифровых программных продуктов (продуктовый подход);
- на основе интегрирования IT- технологий и сервисов (технологический подход);

²⁶ Ниязова Ю.М., Гарин А.В., Злыднев М.И. Цифровая платформа как информационно-экономическая структура // Компетентность / Competency (Russia). – 2021. – № 1. DOI: 10.24411/1993-8780-2021-10105

²⁷ Осипов Ю.М., Юдина Т.Н., Гелисханов И.З. Цифровая платформа как институт эпохи технологического прорыва // Экономические стратегии. – 2018. – № 5(155)

- на основе создания единой площадки под управлением сетевого интегратора с определенными социально-экономическими эффектами (бизнес-подход).

Подобная классификация является достаточно условной, поскольку должна опираться на отраслевую специфику и отражать основные аспекты видов деятельности. Тем не менее, в настоящий момент технологические трансформации в разрезе формирования цифровых платформ не имеют единого типологического состава, а представлены лишь в виде взаимодействия участников в различных форматах.

В этой связи необходимость разработки туристской цифровой платформы как основы экосистемы, нацеленной на реализацию современных форматов туристского сервиса представляется весьма актуальной и своевременной задачей. Предпосылками к этому могут служить следующие моменты:

- наличие электронной базы данных и систем электронной коммерции;
- распространение коммуникационных порталов и сервисов в социальной сфере (виртуальные экскурсии, цифровые туры и 3D-туры, онлайн-бронирование билетов, и пр.);
- развитие digital-коммуникаций, систем распространения информации через каналы Интернета и онлайн-площадки;

В туристском секторе активно используются инструментальные цифровые платформы для организации системы коммуникации между поставщиками туристских услуг и потребителями и продажи услуг в режиме онлайн; прикладные цифровые платформы, представленные электронными системами бронирования.

Таким образом, региональная цифровая платформа тесным образом связана с применением современных методик и алгоритмов адаптивного управления в сфере туризма, формированием базы знаний, обработка и анализ которых позволяет в рамках структурно-функциональной модели формировать цели и принимать решения на каждом этапе их реализации,

которые приводят к формализации управленческих процессов и цифровых навыков. Кроме того, цифровая платформа позволит объединить в наиболее прямую и короткую цепочку информационного взаимодействия всех заинтересованных участников, накапливать аналитические регистры, а также сопоставлять полученные данные со сценарными условиями в оперативном режиме, что особенно важно в современных условиях социально-экономического развития экономики.

К базовым аспектам построения структурно-функциональной модели региональной цифровой платформы можно отнести в первую очередь субъекты туристской индустрии, каналы и базы информации, информационные центры, финансово-кредитные учреждения, а также логистические сервисы и кадровое обеспечение.

Применительно к процессам технологических трансформаций в сфере туризма необходимо обосновать ряд положений и категорий относительно процесса формирования цифровой платформы:

1. Одним из базовых положений, на которое опираются технологические трансформации является определение цели. Цель создания цифровой платформы, как значимого инструмента трансформаций, заключается в возможности использования цифровых технологий во всех ключевых секторах сферы туризма, предполагающих коренные изменения в создании и продвижении турпродукта с целью большей координации между поставщиками туристских услуг, а также повышения качества обслуживания.

Следует отметить тот факт, что в современных условиях цифровые платформы представляют собой результат потребностей цифровой экономики, а их реализация во многом определяется степенью готовности субъектов туристской индустрии к цифровизированному управлению.

Следовательно, формирование цифровой платформы сопряжено в первую очередь с проведением диагностики готовности к использованию цифровых технологий, то есть по сути дела, диагностики цифровой зрелости.

Диагностика цифровой зрелости дает возможность выявить и оценить потенциал роста, отследить локации для дальнейшего развития, а также сформировать ключевые направления цифровых трансформаций.

В качестве цели построения региональной цифровой платформы предлагаем использовать следующее определение.

Цель создания региональной цифровой платформы - это комплекс необходимых условий и трансформаций, позволяющих объединить в единое цифровое пространство туристские организации и потребителей туристских услуг в условиях быстроменяющегося спроса на всех этапах планирования путешествия.

2. Следующим базовым понятием в исследовании региональных цифровых платформ могут быть *основные подходы* к процессам производства и продвижения регионального туристского продукта на основе цифровых технологий в целях повышения конкурентоспособности и качества туристского обслуживания.

Место цифровой платформы в процессе производства и продвижения регионального туристского продукта можно представить следующим образом (рисунок 5.1).

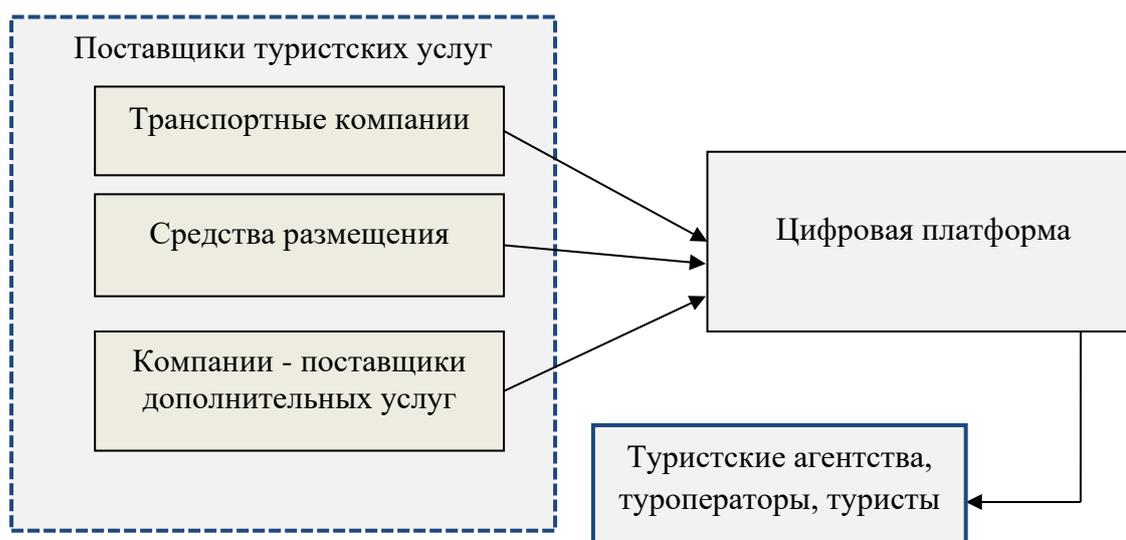


Рисунок 5.1 – Цифровая платформа в системе распределения турпродукта

Источник: составлено автором

3. Что касается основных *инструментов обработки и хранения информации*, то необходимым условием реализации цифровой платформы является наличие у поставщиков туристских услуг оперативного доступа к современным цифровым инструментам и ресурсным возможностям, необходимым для решения задач в сфере цифровых трансформаций.

4. Цифровые платформы во многом опираются на *информационные каналы*, которые позволяют осуществлять процессы информационного взаимодействия всех заинтересованных участников в цифровом формате, обеспечивая тем самым конкурентные преимущества за счет формируемой аналитической базы данных цифрового развития туристского продукта, включая и кадровое обеспечение.

Рассмотрев базовые понятия формирования цифровой платформы, становится возможным построение самой платформы по следующим структурно-функциональным блокам:

Первый блок – *диагностический*, где происходит определение степени цифровой зрелости субъектов индустрии туризма к использованию цифровых технологий. Управление цифровой трансформацией предприятий внутреннего туризма должно исходить из первоначальной оценки степени их готовности к цифровизированному управлению. В качестве инструмента здесь может быть использован такой инструмент как data- analyze and assessment (DATA A&A), то есть DATA-анализ, проведение которого подробно описано в параграфе 4.1 настоящего исследования.

Второй блок цифровой платформы – *информационный* - включает в себя основные каналы информации с последующим формированием единого информационного центра туристского региона.

Третий блок – *результативный*. Эффективность развития внутреннего въездного туризма региона тесным образом взаимосвязана с результативностью функционирования его основных видов, оценить который можно, как уже было отмечено выше, по трем блокам показателей: экономической результативности, экологической безопасности, социальной

результативности. Блок экономической результативности включает в себя показатели, определяющие эффективность функционирования, как внутреннего туризма в целом, так и в разрезе его видов. Блок экологической безопасности включает в себя показатели, характеризующие уровень экологической нагрузки территории региона, обусловленной развитием туризма.

Блок социальной результативности выражает соотношение и взаимосвязь показателей социального благополучия и качества жизни, обусловленное развитием туризма.

Схематически структурно-функциональная модель региональной цифровой платформы представлена на рисунке 5.2.



Рисунок 5.2 – Структурно-функциональная модель региональной цифровой платформы

Источник: составлено автором на основе Концепции государственного регулирования цифровых платформ и экосистем.
https://www.economy.gov.ru/material/departments/d31/koncepciya_gos_regulirovaniya_cifrovyh_platform_i_ekosistem/

Среди ключевых проблем формирования региональной цифровой платформы в туристском секторе в условиях цифровых трансформаций следует упомянуть следующие:

1) сложность в обеспечении своевременного и оперативного информационного сопровождения турпродукта. Это сложности возникают как перед самими туристами при выборе продукта и места отдыха, так и перед операторами, поставщиками туристских услуг. В структуре туроператорских и турагентских компаний выделяются департаменты, узко специализирующиеся на определенных туристских направлениях. Многочисленные менеджеры, работающие в них, не всегда успевают вовремя реагировать на изменения во внешней среде и не имеют возможности разрабатывать адекватный турпродукт, так как имеющаяся в их распоряжении информация не является полной и объективной. Руководство такого сектора внутреннего туризма как гостиничных предприятий и прочих видов коллективных средств размещения не имеют возможности сообщить о происходящих на месте изменениях или просто игнорируют необходимость передачи оперативной информации туроператору, а нередко передаваемая информация просто не доходит до адресата, теряясь в колоссальном массиве общих данных;

2) высокие издержки поиска необходимой информации и ведения деловых переговоров, сопряженных с достаточно высокими затратами;

3) информационная асимметрия, возникающая по причине отсутствия возможности наблюдать за деятельностью агента, а также невозможности оценить деятельность по конечным результатам, и проявления оппортунизма. Принципал вследствие информационной асимметрии не может своевременно установить, были ли нарушены агентом взятые на себя обязательства (права на продукт, принадлежащие по договору принципалу). Так как интересы принципала и агента могут не совпадать, то первый зачастую несёт серьезные материальные и нематериальные потери (потеря времени);

4) недостаточный уровень специализации взаимодействий между участниками туристского рынка, нечёткие границы функциональных ролей внутри цифровой платформы;

5) неоцененность значения кооперации между предприятиями индустрии туризма в создании новых региональных турпродуктов и их продвижении на рынке; игнорирование идей бизнес-партнёрства, позволяющего комплементарно формировать продукт на одной цифровой площадке;

6) низкие темпы внедрения современных цифровых продуктов по управлению бизнесом в работу предприятий туристского сектора экономики, в частности CRM-систем;

7) дефицит квалифицированных кадров в сфере электронного бизнеса, компетентных в вопросах формирования архитектуры сайтов с возможностью интеграции отдельных потоков данных и взаимодействия с прикладными цифровыми платформами, повышения их конверсии, внедрения систем электронной оплаты услуг;

8) необходимость разработки системы стандартизации, формализации, регулирования платформенных процессов, которые должны обладать признаками гибкости и своевременно приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней среды;

9) отсутствие подходов к статистической оценке параметров функционирования цифровой платформы;

10) обеспечение безопасности данных и защиты платёжных транзакций.

Формирование цифровых платформ в сфере внутреннего туризма органично встраивается в рамки экосистем адаптивного управления, основывающихся на анализе потребностей туристов, проведении маркетинговых исследований и ресурсных возможностей по иерархическим уровням туристической индустрии. Появляется даже такое понятие как «Экосистемное качество» обслуживания туристов, проявляющееся не только в возможности

дистанционных продаж туристского продукта, но и возможности использования цифровых трансформаций при сохранении экологической среды туристских территорий, то есть их устойчивого развития, а также нивелирования риска социальной напряженности. Экосистемное качество привносит цифровые технологии в туризм, дает новое качество обслуживания туристов, экономя при этом время для организации совершения путешествия. Появилась даже новая категория «цифровой туризм», который весьма логично встраивается как в цифровую платформу, так и в экосистему, приводя к появлению сетевых эффектов.

5.2 Разработка цифровой экосистемы адаптивного управления в сфере туризма

Экосистемный подход в изучении социально-экономических процессов и их трансформаций представляется как некий тренд в современных научных исследованиях. Возможности цифровизации, как фактора экономического развития, позволяют рассматривать современные трансформации как некие платформенные модели. Национальные экосистемы Российской Федерации, безусловно, заимствуют элементы мировых трендов социально-экономического развития. Такой импорт и имплантация элементов экосистемы определяет особенности современного этапа развития. Особенно сложно эти процессы интегрируются в условиях внешнего санкционного давления, однако такие трансформации очевидны. Экосистемный подход является лучшим ответом на растущие глобальные вызовы современного общества, таких как внешнесанкционное давление, пандемия Коронавируса, и поэтому экосистемы все чаще употребляются в управлении технологическими трансформациями во многих отраслях и сферах деятельности, включая и туризм.

Следует отметить, что понятие «экосистема» применяется, как правило, относительно значимых социально-экономических систем, хотя это и не совсем точно выражает ее сущностную характеристику и особенности

внутреннего содержания. Поэтому необходимо определить вначале смысловое наполнение данной дефиниции, а затем рассмотреть их структуру и в первую очередь применительно к сфере управления внутренним туризмом, в дальнейшем определить и обосновать роль экосистем в адаптивном управлении туризмом.

Базовые аспекты теории экосистем заложены в трудах как зарубежных, так и российских ученых-исследователей. В научных работах категория «экосистема» исследуется по различным позициям и направлениям. Так, О.М. Куликова и С.Д. Суворова [112] под экосистемой понимают бизнес-модель, которая предназначена для эффективного взаимодействия с потребителем услуг на единой облачной платформе и на основе единого бренда, подразумевающая получение дополнительного дохода фирмам и дополнительной выгоды пользователям.

Ряд считают, что экосистема представляет собой совокупность платформ на основе сетевого взаимодействия. Такие ученые как Е.В. Шкарупета, О.В. Дударева, Н.Н. Нетяга [185] также подтверждают в своих работах мультиплатформность экосистем, в частности «большинство национальных лидеров формируют свои экосистемы на основе платформенной концепции, когда экосистема включает в себя несколько платформ, а также присутствует ряд дополнительных, менее масштабных платформ, удовлетворяющих спрос за пределами экосистемы и бросающих вызов экосистемам-лидерам».

Некоторые зарубежные исследователи считают, что сущность экосистемы определяется структурой открытых инноваций.

В ряде работ, в числе которых Адомавичюс Г., Бокштедт Дж., Гупта [45], экосистемы на основе инноваций выделяются в отдельную категорию «технологические экосистемы», то есть основанные на взаимосвязи технологических достижений, которые приводят к эволюционным результатам. Здесь речь идет, по сути дела, о платформенном подходе к экосистеме, рассматриваемой через призму инноваций и цифровых

трансформаций, которые направлены на повышение ценности самой платформы.

Наиболее удачным подходом к определению понятия «экосистема», по мнению автора, является позиция Г.Б. Клейнера [102]. Согласно его теории экосистема представляет собой локализованный в пространстве комплекс неконтролируемых иерархически организаций, бизнес-процессов, инновационных проектов и инфраструктурных комплексов на основе полного взаимодействия. В данном определении в концепцию экосистемы органично вписываются организационно-технологическая, бизнес-процессная, факторная и инновационная компоненты, позволяющие раскрыть в полной мере сущность платформенного подхода в реализации цифровых трансформаций.

Таким образом, сущность экосистемы, по мнению большинства ученых, основывается на принципах платформизации и сетевого взаимодействия, что подтверждается также определением экосистемы, предложенном в Докладе Банка России за 2021 год «Экосистемы: подходы к регулированию», где под экосистемой понимается система, которая «состоит из совокупности нескольких платформ, на которых клиенту предоставляются различные продукты и услуги» [202]. Концептуализация подходов к определению категории «экосистема» отражены в таблице 5.1.

Таблица 5.1- Характеристика понятия «экосистема»

Автор	Сущность понятия
Маршалл А.	Понятие «Экосистема» представляет собой агломерационное взаимодействие по ряду направлений и включает различные виды деятельности, такие как предпринимательские, инновационные, цифровые технологии.
Клейнер Г.Б.	В качестве экосистемы понимается основанный на взаимодействии организационных структур комплекс, в который входят саморегулируемые организации, бизнес-процессы, инновационные проекты, инфраструктурные системы, образующие определенный агрегатор по таким направлениям как: организационное, средовое, процессное и проектное.
Дж. Ф. Мур	Под экосистемой понимаются организации, деятельность которых основана на принципах системного подхода в целях взаимной поддержки инновационных технологий и продуктов.
Jacobides, Cennamo, Gawer	В экосистемном подходе выделяют три направления исследований: бизнес-экосистемы, инновационные экосистемы и платформенные экосистемы.

Источник: составлено автором по данным [100, 112, 169]

Обобщая представленные авторские позиции можно отметить единство взглядов на то, что экосистемный подход во всех сферах деятельности, включая и туризм, переходит в качественно-новое позиционирование производства продукта и услуг. Так, в туристской деятельности наблюдается новое качество обслуживания туристов, так как большинство бронирований и покупок туров можно совершать онлайн, быстро и в несколько кликов, то есть реализует решение по принципу одного окна, позволяя делать все операции в едином мобильном приложении. Накопление большого количества данных позволяет с помощью экосистемного подхода сформировать «портрет туриста» и обеспечить целостность получения услуг, а также повысить точность адресных предложений под конкретного путешественника.

В этом плане большой интерес представляет стратегия ESG, аббревиатура которой интерпретируется как «экология, социальная политика и корпоративное управление». По большому счету это устойчивое развитие

туристской деятельности, реализуемое на бережном и ответственном отношении к окружающей среде (E - environment), социальном развитии как туристских предприятий, так и самих туристов (S -social), высоком качестве эффективного управления (G — governance).

В современной трактовке ESG-принципы были впервые сформулированы экс-секретарем ООН Кофи Аннаном, который рекомендовал крупным мировым компаниям включать данные принципы в планы своего стратегического развития, которые позволили бы быстро реагировать на активные трансформации глобальных процессов, поскольку экосистемные сервисы достаточно удобны и относительно просты в эксплуатации. Экосистемный подход позволяет выявить и оценить attractiveness ресурсов туристских территорий для развития различных видов туристско-рекреационной деятельности и, как следствие, сформировать эффективные управленческие решения, включая использование природных экосистем, сохранения их структуры и функций.

В наиболее общем виде экосистемный подход к развитию туризма можно представить следующим образом: (рисунок 5.3)

Тем не менее, реализация экосистемного подхода к развитию туризма в условиях технологических трансформаций сопряжена с рядом проблем, среди которых можно выделить две основные группы: общие вопросы регулирования развития туристских экосистем и оценка эффективности экосистем.

В этой связи назрела необходимость разработки стратегии регулирования возникающих рисков трансформаций глобальных процессов: информационно-коммуникационных, рисков безопасности в сфере туризма, рисков вынужденной поддержки (к примеру, применение туристического кэшбэка - государственной программы, по которой можно вернуть 20% от стоимости гостиницы, тура или круиза и прочих мер поддержки).

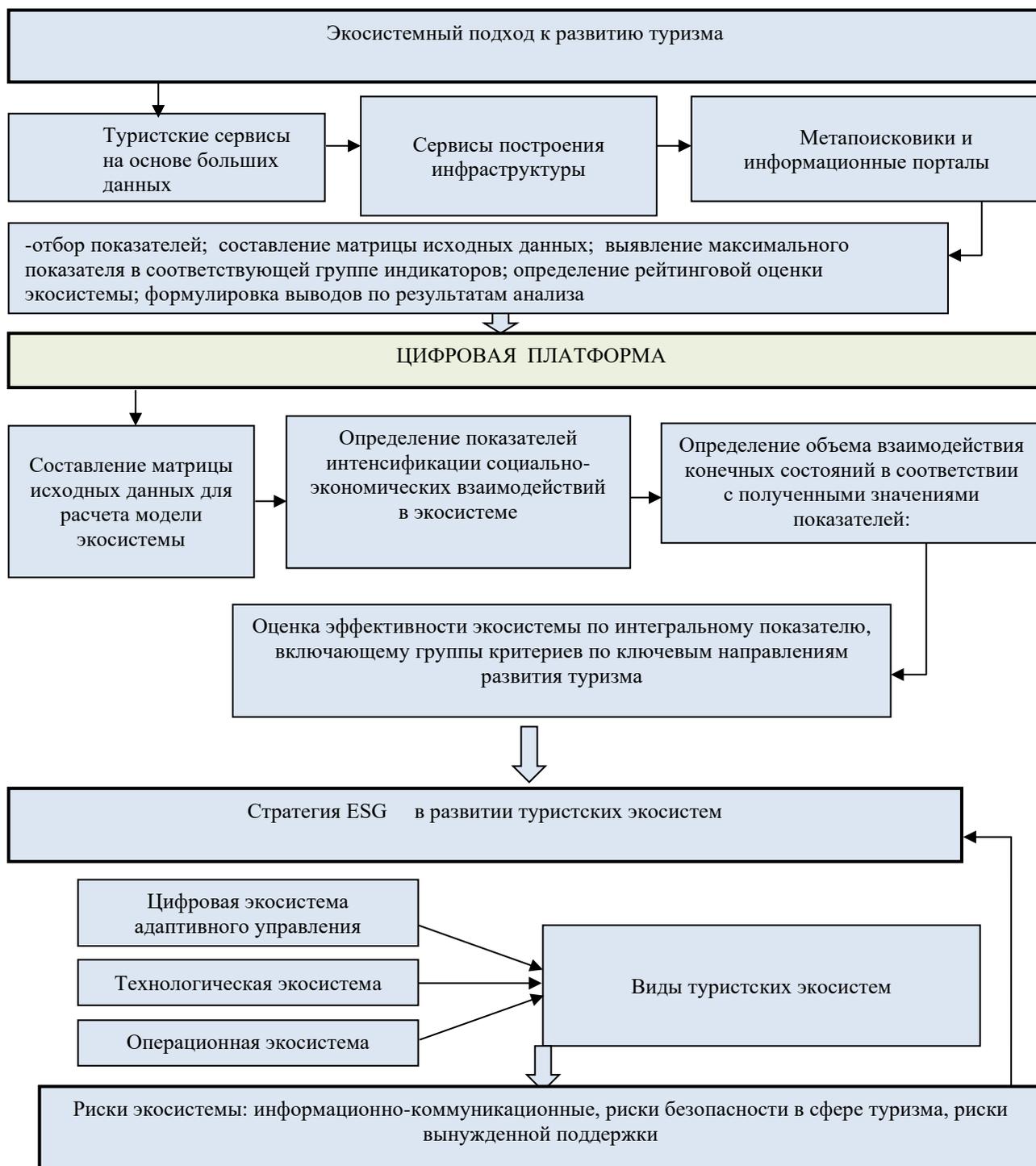


Рисунок 5.3- Модель экосистемного подхода к развитию туризма как базовый конструктив технологических трансформаций

Источник: составлено автором

Вторая группа проблем в реализации экосистемного подхода предполагает разработку методики оценки эффективности экосистемного подхода в системе управления развитием внутреннего туризма, комплекса

показателей, оценивающих сетевой эффект и эффект масштаба в управлении технологическими трансформациями. Наибольший интерес в реализации экосистемного подхода к управлению развитием туризма в условиях технологических трансформаций представляет цифровая экосистема адаптивного управления, которая, по мнению автора, должна быть сформирована в виде системы дерева целей и принятия решений с возможностью управляемого приспособления и адаптации технологических трансформаций в сценарии дальнейшего развития.

Таким образом, понятие «экосистема» тесно переплетается с технологическими и цифровыми трансформациями, характеризующими сферы и виды деятельности и инфраструктуру.

Технологические трансформации в туризме наиболее ярко демонстрируют появление «адаптивного управления», объединяющего в своей структуре информационно-аналитические, функциональные и коммуникативные аспекты управляемой адаптации, предполагающей «вписывание» изменений внутренней и внешней сред в стратегические планы организаторов туристской деятельности. Кроме того, адаптивное управление привносит цифровые технологии в туризм, дает новое качество обслуживания туристов.

В этой связи цифровая экосистема должна опираться на концепцию управления внутренним туризмом, рассмотренную ранее в главе три настоящего исследования. В наиболее общем виде концепция управления первоначально может быть представлена в виде трехмерной системы координат, имеющей форму куба, сторонами которого могут быть: уровни, характеризующие процессы управления, подсистемы управления и структура сферы туризма в зависимости от уровня управления (рисунок 5.4).

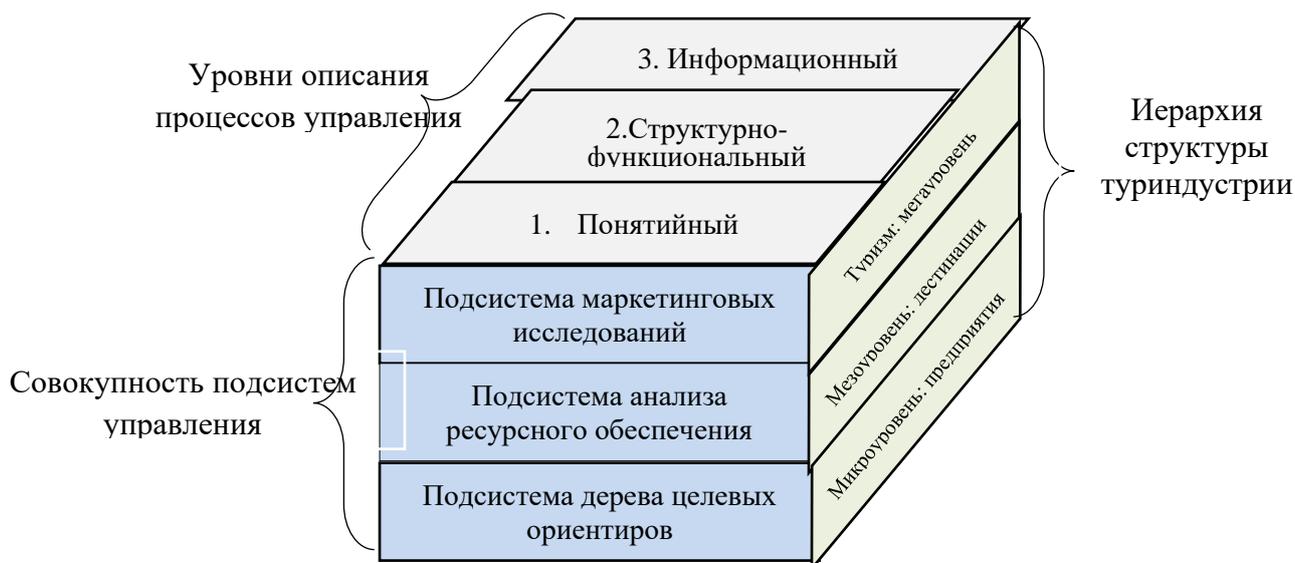


Рисунок 5.4 - Концепция управления туризмом

Источник: составлено автором

Понятийное описание, предполагает изложение первичного замысла управления внутренним туризмом.

Структурно-функциональное описание определяет функции, внутренние и внешние взаимосвязи подсистем, а также требования к ним, критерии оценки.

Информационное описание процессов управления предназначено для формирования внутреннего единства подсистем управления внутренним туризмом.

Каждое из обозначенных описаний также имеет иерархию по уровням туриндустрии и системам управления. Как следствие, можно говорить о том, что структурное описание концепции управления туризмом необходимо формировать и реализовывать на базе цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом, объединяющей в своей структуре информационно-аналитические, функциональные и управленческие подсистемы, включающие: подсистемы маркетинговых исследований, анализа ресурсного обеспечения, определения «дерева» целевых ориентиров, принятия и реализации управленческих решений. На этом основании, цифровую

экосистему управления туризмом, возможно, представить в виде двух взаимосвязанных между собой модулей: модуля целеполагания и функционального модуля, формируемых на основе цифровизации туристской деятельности (рисунок 5.5):

1. Первый модуль включает в себя совокупность подсистем управления: подсистема маркетинговых исследований, анализа ресурсного обеспечения, дерева целевых ориентиров;

2. Второй модуль отражает процессы взаимодействия между подсистемами управления, направленные на адаптацию различных субъектов сферы туризма к изменяющимся в современных реалиях потребностям целевой аудитории туристов, которые предпочитают цифровые технологии обслуживания и приобретения туристского продукта.

Согласно данной концепции, в основе экосистемы управления внутренним туризмом лежат информационные потоки, формирующие базу знаний, обработка и анализ которых позволяет в рамках структурно-функциональной модели строить дерево целей и принимать решения в цифровом формате на каждом этапе их реализации.

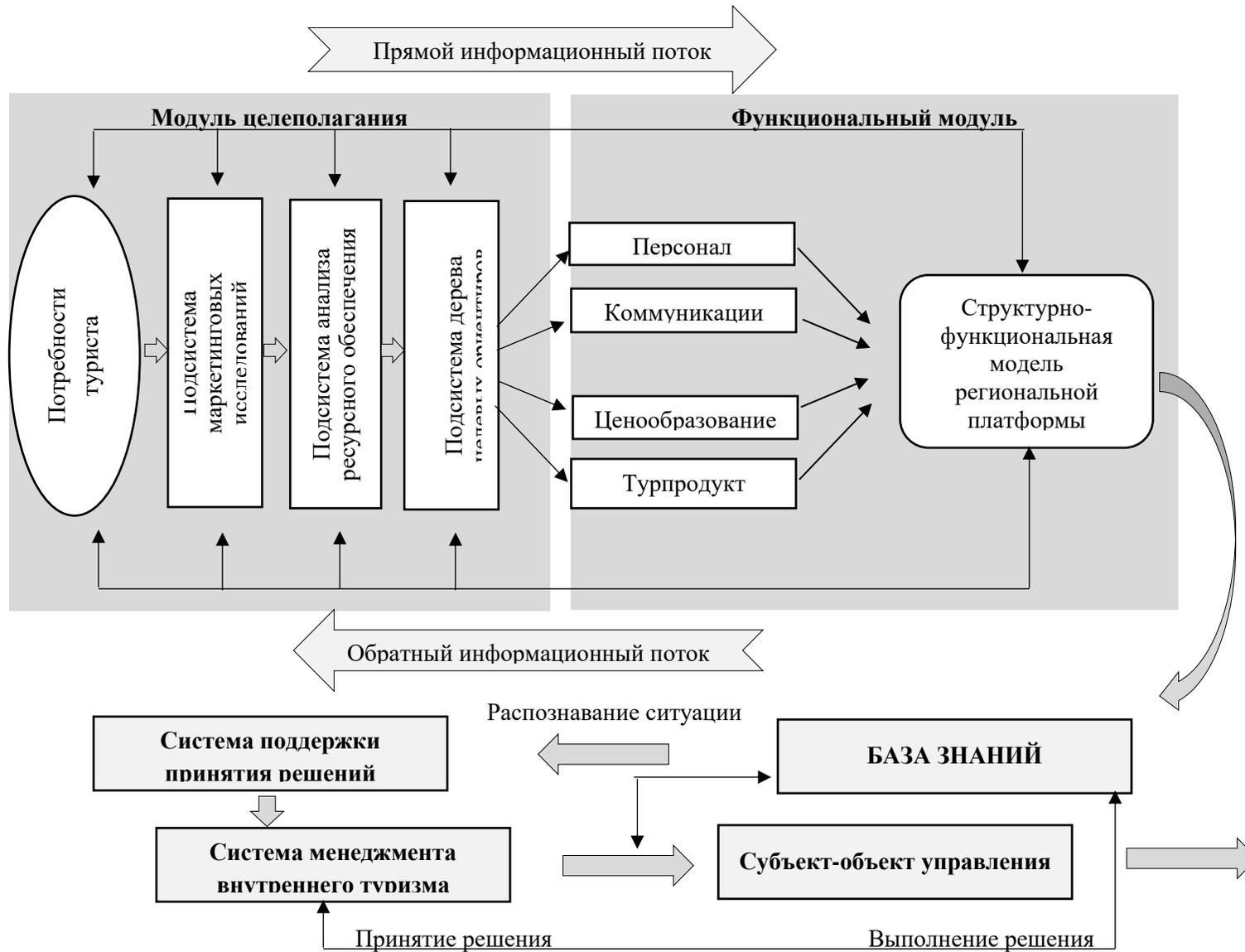


Рисунок 5.5 - Цифровая экосистема адаптивного управления туризмом
 Источник: составлено автором

Построение данной цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом основывается на формировании в вариантах системы дерева целей и принятия решений возможностей управляемого приспособления и адаптации внешних трансформаций окружающей среды в сценарии дальнейшего развития.

Платформенная реализация цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом основывается на анализе потребностей туристов, проведении маркетинговых исследований и ресурсных возможностей по уровням иерархии индустрии туризма.

По мнению автора, систему поддержки принятия решений в составе экосистемы адаптивного управления туризмом, возможно, отобразить в виде орграфа, отражающего процессы взаимодействия между адаптивными сценариями развития внутреннего туризма и соответствующими функциональными стратегиями, направленными на достижение целей развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций экономики.

Принимая во внимание возможные адаптивные сценарии развития внутреннего туризма, становится возможным разработка иерархии дерева целевых ориентиров по трем основным альтернативным стратегиям:

- 1) стратегия развития, которая в основном нацелена на получение синергетических и интеграционных эффектов внутреннего туризма и связанных с ним сфер деятельности;
- 2) стратегия стабилизации или выжидающая стратегия поддержания текущего уровня развития до момента получения требуемых данных для принятия управленческих решений;
- 3) стратегия сокращения – стратегия переориентации на иные целевые установки.

Вторая из перечисленных стратегий является в современных условиях наиболее привлекательной, поскольку напрямую связана с принятием управленческих решений в направлении развития внутреннего туризма,

въездного туризма, а также комбинированного вида туризма (внутреннего въездного). Далее происходит переход к построению «дерева» целевых ориентиров и обусловленных ими функциональных стратегий (рисунок 5.6).

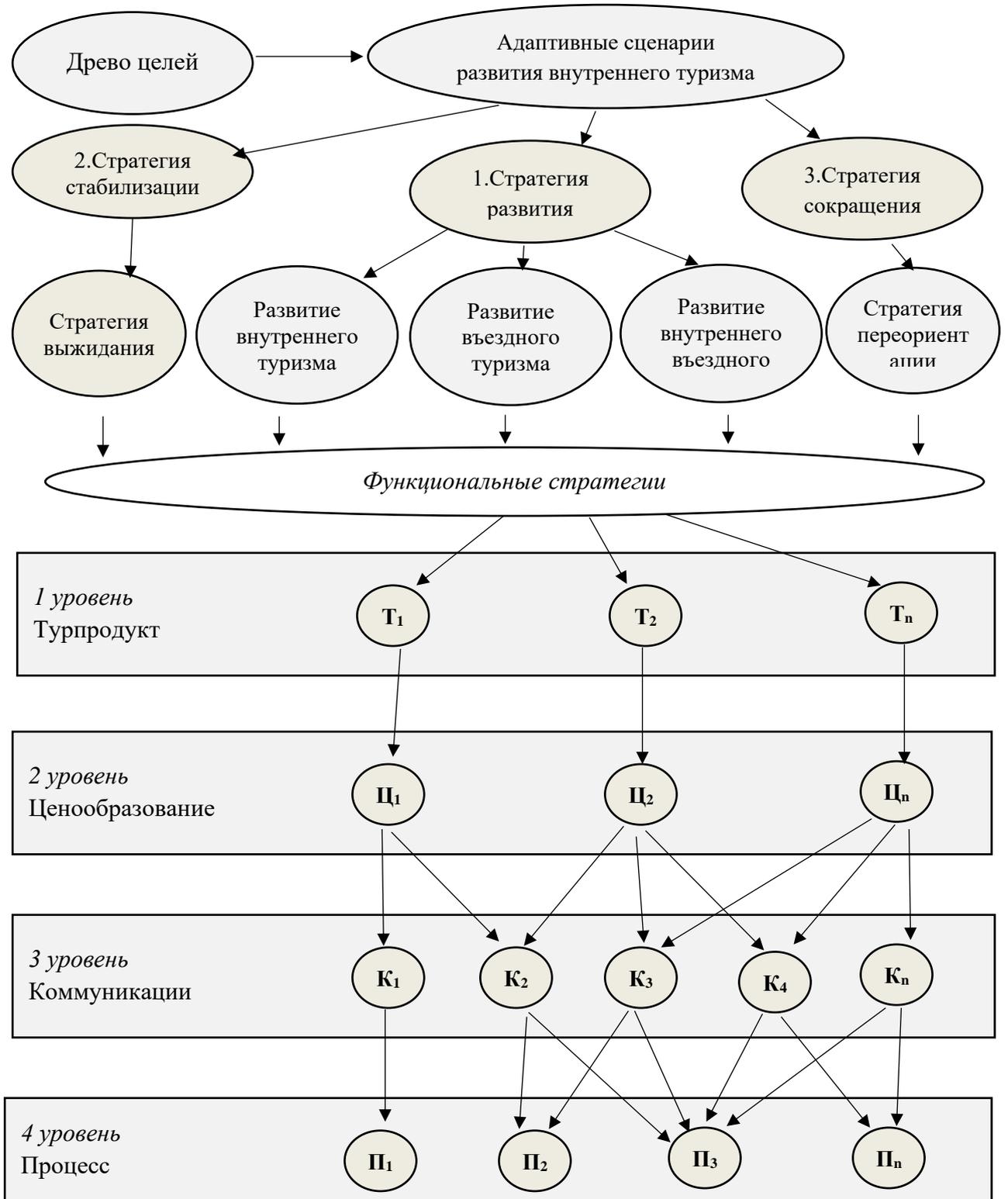


Рисунок 5.6 - Алгоритм построения «дерева» целевых ориентиров
 Источник: составлено автором

В качестве функциональной единицы обслуживания процессов управления внутренним туризмом может быть создан оператор цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом, наделенный компетенциями цифрового.

Цель создания данной функциональной единицы состоит в наличии набора мобильных сервисов и приложений, позволяющих снизить транзакционные издержки и реализовать в практической деятельности цифровые технологии в сфере сбора, анализа данных, изучения потребительских предпочтений и ресурсных возможностей всех уровней индустрии внутреннего туризма, что возможно на базе создания сетевого интегратора.

Цели создания сетевого интегратора экосистемы адаптивного управления туризмом, определяет следующие задачи его функционирования:

- кадровое, организационно-технологическое, информационно-коммуникационное содействие в формировании, непосредственной реализации, а также эксплуатировании цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом

- в целях дальнейшего развития базовых элементов цифровой инфраструктуры внутреннего туризма формирование необходимых условий технической и технологической направленности для интегрирования цифровых мобильных сервисов в сфере туристской деятельности в экосистемы адаптивного управления;

- организация сервисной поддержки, эксплуатации и обслуживания информационного поля, где непосредственно осуществляются процессы взаимодействия пользователей в экосистеме адаптивного управления туризмом.

В процессе своей деятельности, сетевой интегратор позволяет интегрировать в единую сеть поставщиков технологических решений, объектов и субъектов сферы управления внутренним туризмом.

Таким образом, формируемая экосистема адаптивного управления

туризмом позволит объединить в наиболее прямую и короткую цепочку информационного взаимодействия всех заинтересованных участников, накапливать аналитические регистры, а также сопоставлять полученные данные со сценарными условиями в оперативном режиме, что особенно важно в современных условиях технологических трансформаций.

5.3 Оценка эффективности экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма

Распространение и развитие экосистемного подхода как важнейшего инструмента системы управления внутреннего туризма подразумевает необходимость формирования определенной методики, способной выявить с помощью набора критериев и показателей преимущества цифровых экосистем относительно традиционных способов ведения туристского бизнеса.

Как уже было отмечено, формирование цифровых платформ и экосистем является относительно новыми направлениями социально-экономического развития. Их преимущества в развитии практически любого вида бизнеса очевидны, поскольку предоставляют участникам существенные конкурентные преимущества, в числе которых:

– экосистемы и их пользователи выигрывают от «сетевых эффектов», которые увеличивают ее ценность с увеличением количества пользователей;

– экосистемы берут на себя часть издержек цифровой трансформации предприятий, но выигрывают за счет предоставления своих услуг;

– отраслевые экосистемы вносят большой вклад в создание цифровых ценностей, оказывая содействие эффективному взаимодействию с потребителем услуг на единой цифровой платформе.

Оценка эффективности в данном контексте имеет важное значение, выступая в качестве драйвера указанных преимуществ. Следует отметить, что в настоящее время не выработаны единые подходы к оценке эффективности применения экосистем, о чем свидетельствуют исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере цифровизации социально-экономических

процессов. Так, директор Центра цифровой экономики в Университете Суррея в Великобритании Аннабель Гавер считает, что в качестве показателя, оценивающего эффективность цифровых технологий, следует использовать наличие искусственного интеллекта и аналитику больших данных. Ученые-экономисты С. Ворнер и П. Вайль предлагают относить в качестве ведущей характеристики эффективности массу прибыли для всех участников.

Российские ученые из МГИМО Меншиков П.В. и Агрба А.А., исследуя механизмы функционирования цифровых экосистем, в качестве главной цели определили не генерирование финансовых выгод, а повышение благосостояния сообщества, следовательно, эффективность у них увязывается с показателями, оценивающими социальную составляющую экосистемы [137]. В работах М.А. Королевой основной акцент в определении эффективности цифровых экосистем направлен на инновационную составляющую, где открытые инновации должны оцениваться по нескольким параметрам: экономичность, обеспеченность кадрами, развитие каналов сбыта. [106]. Исследователь из Белорусского государственного университета Екатерина Столярова в своей работе «Цифровая экосистема как конкурентное преимущество» предлагает в качестве оценки эффективности сетевого взаимодействия в системе использовать конкурентный потенциал [169].

Ростовский ученый В. Тюрин критерий эффективности цифровых экосистем видит в применении нейронных сетей и их адаптивных вариантах [199].

О. П. Овчинникова и Т. В. Кокуйцева подходят к эффективности с позиций оценки временных, трудовых и финансовых параметров [104]. Существуют еще подходы, которые направлены на оценку электронной коммерции в экосистеме, на оценку экологического, культурного и административно-управленческого эффекта, отражающие мультипликативные, прямые и косвенные взаимосвязи участников экосистемы. Подобных подходов и способов оценки эффективности цифровых экосистем существует достаточное количество, которые в большинстве случаев привязаны к

конкретному виду деятельности или сфере производства. Основные направления исследования эффективности цифровых экосистем представлены в таблице 5.2.

Таблица 5.2 - Основные направления в исследованиях эффективности цифровых экосистем

Авторы	Индикаторы эффективности цифровой экосистемы
Аннабель Гавер	Показатели эффективности основаны на применении искусственного интеллекта и аналитики больших данных
С. Ворнер, П. Вайль	Предполагают финансовую выгоду от участия в экосистеме
Меньшиков П.В., Агрба А.А.,	Показатели социальной эффективности
Шамсутдинова А.Р., Козаков Р.Р	Инновационная составляющая эффективности в разрезе экономичности, обеспеченности кадрами, развития каналов сбыта.
Столярова Е.	В качестве показателя эффективности – конкурентный потенциал
Коханова В. С.	Эффективность цифровых систем увязывает с применением нейронных сетей и их адаптивных вариантов
Овчинникова О. П., Кокуйцева Т. В	Подходят к эффективности с позиций оценки временных, трудовых и финансовых параметров функционирования экосистемы

Источник: составлено автором по данным [104, 137,169, 199]

По мнению автора, оценка эффективности цифровых экосистем в сфере туризма должна базироваться на следующих положениях:

1. Учитывать особенности традиционных туристских рынков, социальных отношений, государственного управления. При этом построение экосистем должно базироваться на цифровых платформах исходя из степени готовности субъектов туристского бизнеса к цифровым трансформациям;

2. Принимать во внимание, что внутренний туризм – это сектор экономики, в котором проникновение цифровых технологий уже привело к значительным системным эффектам: изменение подходов и ожиданий туристов, появление в бизнес среде новых игроков, таких как платформы онлайн-бронирования, расширение инноваций в виде новых приложений, посвященных туризму, изменение масштабов туристических стратегий и необходимое использование местными властями маркетинговых методов, более

широкое использование данных о посещаемости объектов показа для улучшения отслеживания клиентов и создания новых услуг.

3. Основными критериями в идентификации экосистемы выступают:

- алгоритмизация взаимодействия участников, экосистема организована и действует согласно заранее определенных правил и логики;
- взаимовыгодность отношений участников;
- высокая значимость количества участников использующих экосистему для взаимодействия («сетевой эффект»);
- наличие единой информационной среды, в которой осуществляется взаимодействия участников и удовлетворение их потребностей, то есть клиентоцентричность экосистемы и уровень ее развития, то есть действующая или только вновь созданная.

4. Помимо указанных направлений, которые следует принимать во внимание при оценке эффективности экосистемы, можно при этом выделить три тезиса:

- преобразования, вызванные цифровыми трансформациями, все еще малоизвестны, зачастую трудны для понимания, сложны для освоения и часто противоречат друг другу;
- скорость цифровизации и изменений в практиках использования цифровых технологий часто оказывается недоступной для освоения местным сообществам;
- появляются новые действующие лица, в то время как традиционные границы между действующими лицами имеют тенденцию к стиранию.

В этой связи комплекс показателей эффективности должен быть оптимально подобран и обоснован, и содержать в себе, как минимум два набора показателей. В первом наборе должны быть отражены показатели, которые отражают стадию развития экосистемы, а во втором- особенности ее функционирования.

Методика оценки экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма должна быть направлена в первую очередь на совершенствование управления развитием туристской деятельности, то есть ее модернизацию с позиций управления в соответствии с целевыми ориентирами.

Основные этапы и задачи методики оценки эффективности цифровой экосистемы представлены на рисунке 5.7.

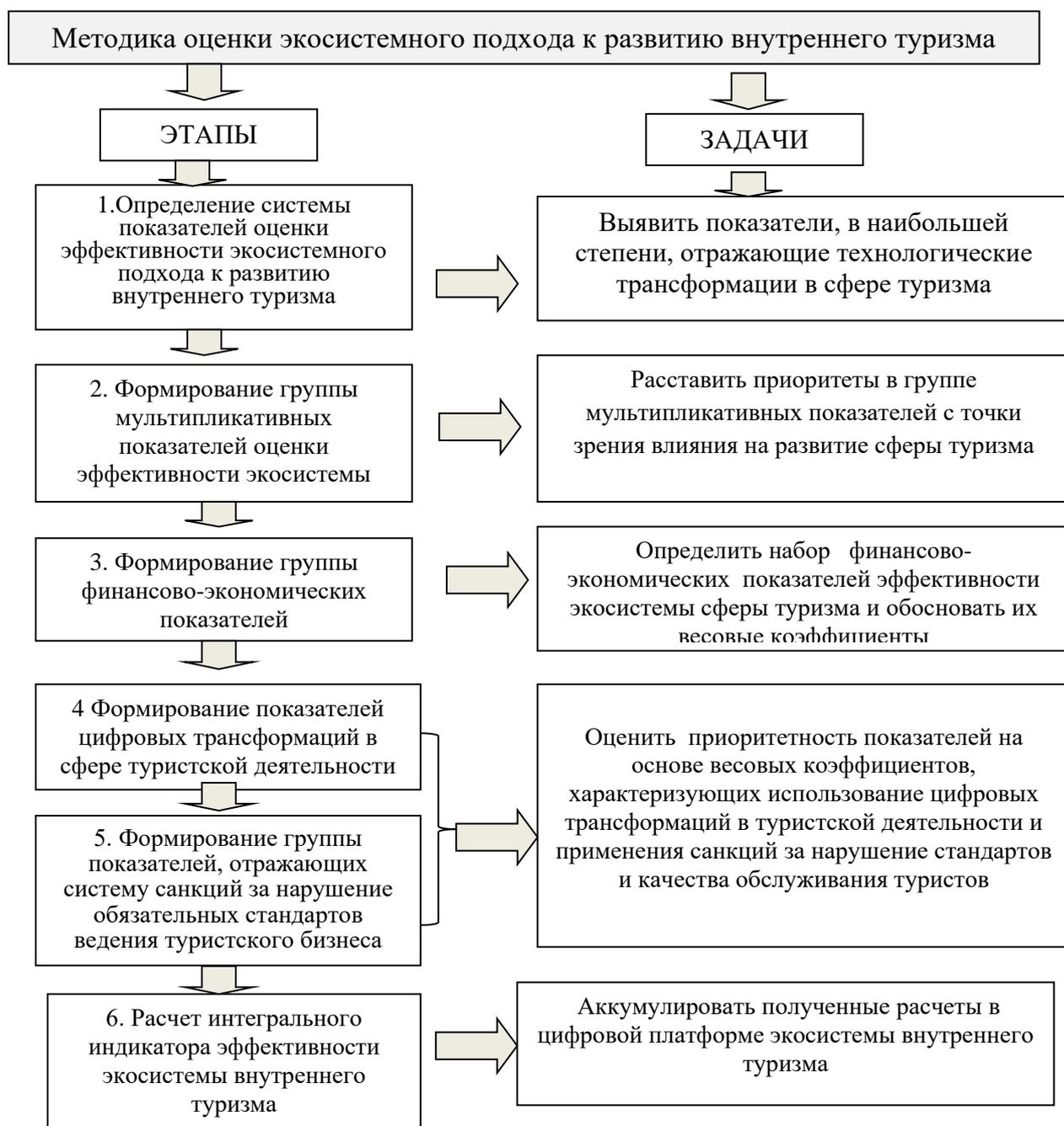


Рисунок 5.7 - Основные этапы и задачи методики оценки экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма

Источник: составлено автором

Первый этап. Обоснование системы показателей в оценке эффективности работы экосистемы внутреннего туризма следует начать с определения наиболее значимых групп показателей и степени их влияния на конечные результаты туристской деятельности. Подобную систему показателей целесообразно подразделить на следующие группы:

- мультипликативные показатели (П1);
- финансово-экономические показатели;
- показатели, отражающие применение цифровых технологий в сфере туристского бизнеса;
- санкционные показатели.

В качестве обобщающего показателя, возможно, использовать интегральный индикатор эффективности работы экосистемы, используя при этом следующую формулу:

$$ИИ_э = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m П_{ij} \cdot ВК_i$$

где ИИ_э – интегральный индикатор в оценке эффективности функционирования экосистемы внутреннего туризма, балл;

П_{ij} – суммарный показатель по каждой (i-й) группе, балл;

ВК_i – коэффициент, отражающий приоритетность i-й группы в экосистеме;

n – число групп показателей, оценивающих эффективность экосистемы;

m – число показателей в i-й группе набора показателей.

Определение приоритетности значений показателей можно определить с помощью весовых коэффициентов экспертным путем, используя при этом ряд положений, характеризующих особенности туристской деятельности. Так, к примеру, мультипликативные показатели отражают текущую деятельность определенного сектора туристского бизнеса, но они в наибольшей степени оказывают влияние на другие показатели, вызывая эффект мультипликации, приводя к результатам и сетевым эффектам как в финансово-экономической

сфере, так и в сфере цифровых технологий. Если исходить из того факта, что общая сумма весовых коэффициентов должна равняться единице, то приоритеты можно определить следующим образом: для группы мультипликативных показателей, как наиболее значимых в определении эффективности экосистемы весовому коэффициенту присвоим равное 0,4, для финансово-экономических - 0,25. При этом, говоря о сфере туризма в условиях цифровых трансформаций, группа цифровых показателей, отражающих специфику туристской деятельности организаций установим коэффициент в размере 0,25, поскольку развитие в условиях трансформаций требует инвестиционных вложений и финансовой устойчивости.

Для группы санкционных показателей, отражающих величину потерь от штрафов, санкций, а также не соответствующих общим принципам устойчивого развития внутреннего туризма, то есть для которых к настоящему времени не закреплён официальный статус, обозначим значение весового коэффициента на уровне 0,1. В этом случае общее суммарное значение будет составлять единицу: $(0,40 + 0,25 + 0,25 + 0,10 = 1)$.

Величина представленных весовых коэффициентов не является строго обозначенной и может изменяться в ходе функционирования экосистемы в условиях меняющихся технологических трансформаций туристской деятельности.

Методика оценки эффективности экосистемы внутреннего туризма отражена на рисунке 5.8, где на заключительном этапе произведён расчёт интегрального индекса эффективности. Алгоритм оценки эффективности органично накладывается на цифровую платформу в экосистеме, то есть является её значимым структурным элементом.

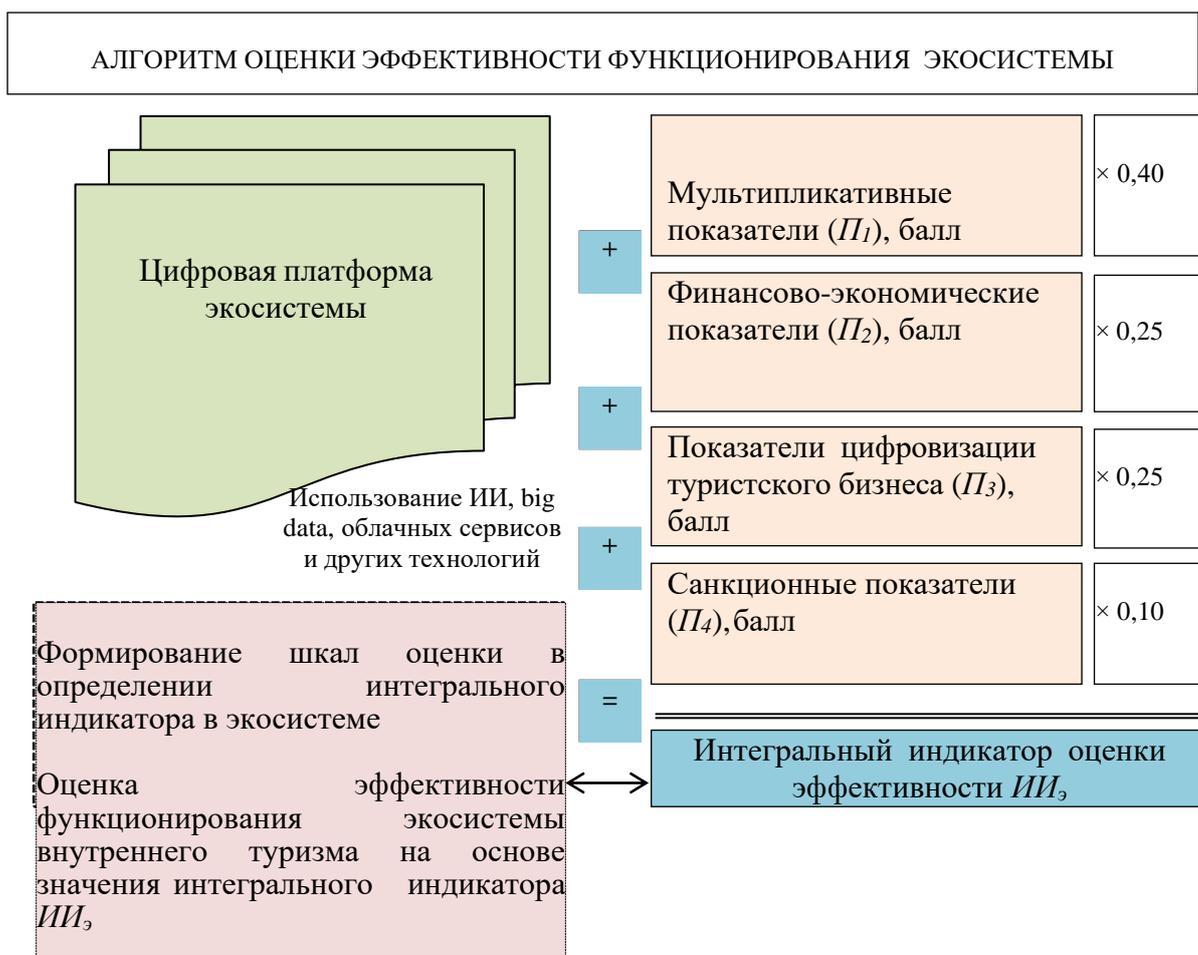


Рисунок 5.8 - Методический подход к оценке эффективности экосистемы

Источник: составлено автором на основе Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию.

<https://ict.moscow/research/tsifrovye-ekosistemy-v-rossii-evoliutsiia-tipologii-podkhody-k-regulirovaniu/>

Оценка эффективности экосистемы внутреннего туризма осуществляется по шкале, построенной в соответствии с правилом золотого сечения (золотая пропорция, которая в процентном округлённом значении составляет соотношение 62 и 38 %), нами были определены нормативы для низкого, среднего и высокого уровня эффективности (таблица 5.3).

Таблица 5.3 - Интервальные значения интегрального индикатора эффективности экосистемы, баллы

Интервальные значения интегрального индикатора эффективности	Уровень эффективности
62-100	высокий
38-61	средний
0 - 38	низкий

Источник: составлено автором на основе Золотое сечение: что это такое, пропорции, принцип, применение.

<https://ria.ru/20221116/sechenie-1832065968.html>

Далее следует более детально рассмотреть конкретный набор показателей по каждой из указанных групп, которые также могут быть скорректированы применительно к условиям функционирования предприятий и организаций сферы внутреннего туризма в разрезе его ведущих секторов.

Второй этап сопряжен с формированием мультипликативных показателей - Π_1 , в числе которых можно выделить следующий набор: (таблица 5.4).

Таблица 5.4 - Мультипликативные показатели оценки эффективности экосистемы развития внутреннего туризма

Показатели	Весовые коэффициенты ($\Sigma=1$)
Прирост выручки от реализации туристских услуг в расчете на одного туриста региона, % прироста за год	0,30
Прирост выручки от реализации туристских услуг в расчете на одну организацию туристского бизнеса региона, % прироста за год	0,15
Увеличение доли экосистемы на рынке электронной коммерции, % прироста за год	0,15
Динамика увеличения туристского потока территории, % прироста в год	0,30
Прирост количества пользователей мобильных приложений, сервисов и информационных порталов, % прироста в год	0,10

Источник: составлено автором

Интервалы балльной оценки мультипликативных показателей представлена в таблице 5.5.

$$\Pi_1 = \sum_{j=1}^5 \Pi_{1j} \cdot ВК_j$$

Где; Π_1 – суммарная величина мультипликативных показателей, баллы;

Π_{1j} – величина j -го показателя по набору мультипликативных показателей, баллы;

$ВК_j$ – весовой коэффициент по j -ому показателю из числа мультипликативных показателей

Таблица 5.5 - Интервальные значения мультипликативных показателей эффективности экосистемы внутреннего туризма

Мультипликативные показатели	Интервальные значения	Баллы
Прирост выручки от реализации туристских услуг в расчете на одного туриста региона, % прироста за год	> 15	62–100
	5,7-15	38–61
	< 5,7	0–38
Прирост выручки от реализации туристских услуг в расчете на одну организацию туристского бизнеса региона, % прироста за год	> 10	62–100
	3,8-10	38–61
	< 3,8	0–38
Увеличение доли экосистемы на рынке электронной коммерции, % прироста за год	> 10	62–100
	3,8-10	38–61
	< 3,8	0–38
Динамика увеличения туристского потока территории, % прироста в год	> 15	62–100
	5,7-15	38–61
	< 5,7	0–38
Прирост количества пользователей мобильных приложений, сервисов и информационных порталов, % прироста в год	> 5	62–100
	1,9-5	38–61
	0–1,9	0–38

Источник: составлено автором

На третьем этапе методического подхода к оценке эффективности экосистемы определяются финансово-экономические показатели (группа Π_2), способ отбора которых соответствует предыдущей группе, детально отображенным на втором этапе методики.

В таблице 5.6 рассматриваются финансово-экономические показатели эффективности экосистемы сферы туризма и их весовые коэффициенты, которые также в итоге соответствуют единичному значению.

Таблица 5.6 - Финансово-экономические показатели оценки эффективности экосистемы и их весовые коэффициенты

Финансово-экономические показатели	Весовые коэффициенты ($\Sigma=1$)
Прирост прибыли и рентабельности туристских организаций, %	0,40
Темп прироста капитальных вложений в нематериальные активы, %	0,15
Прирост внереализационных доходов в общей величине доходов цифровой экосистемы, %	0,25
Суммарная величина капитальных вложений в экосистему относительно ее доходов, %	0,20

Источник: составлено автором

Интервалы балльных оценок финансово-экономических показателей эффективности экосистемы сферы туризма отражены в таблице 5.7.

Таблица 5.7 -Интервальные значения финансово-экономических показателей эффективности экосистемы

Финансово-экономические показатели	Интервальные значения	Баллы
Прирост прибыли и рентабельности туристских организаций, %	> 30	62–100
	11,4-30	38–61
	< 11,4	0–38
Темп прироста капитальных вложений в нематериальные активы, %	> 2	62–100
	0,76-2	38–61
	< 0,76	0–38
Прирост внереализационных доходов в общей величине доходов цифровой экосистемы, %	> 5	62–100
	1,91-5	38–61
	0–1,9	0–38
Суммарная величина капитальных вложений в экосистему относительно ее доходов, %	> 4	62–100
	1,52–4	38–61
	0-1,51	0–38

Источник: составлено автором

Оценка финансово-экономических показателей по их набору производилась аналогичным образом на основе представленной формулы:

$$П_2 = \sum_{j=1}^4 П_{2j} \cdot ВК_j$$

$ВК_j$ – весовой коэффициент каждого показателя из группы финансово-экономических показателей.

Четвертый этап методики эффективности экосистемы связан с формированием набора показателей, отражающих уровень использования технологических трансформаций, в частности цифровых (группа $П_3$).

На данной группе показателей остановимся наиболее детально, поскольку цифровые технологии в оснащенности туристской сферы в динамике позволят рассчитать не только эффективность, но и вклад от внедрения туристской экосистемы в социально-экономическое развитие туристской деятельности. Предлагается в данном случае использовать следующую систему показателей (таблица 5.8).

Таблица 5.8– Система показателей для оценки уровня цифровизации

Показатели	Характеристика
Изменение величины затрат на внедрение цифровых технологий организациями сферы туризма	Демонстрирует, насколько выросли затраты предприятий на технологическую и цифровую оптимизацию основных бизнес-процессов процессов
Число используемых цифровых технологий в туристской сфере	Информирует о величине цифровых решений, внедренных в деятельность туристских организаций
Число разработанных новых технологий туристской направленности	Показывает заинтересованность бизнеса и научного сообщества в дальнейшем развитии туристской сферы
Показатель готовности субъектов внутреннего туризма к цифровой трансформации	Характеризует степень проникновения цифровизации в текущую деятельность туристских организаций
Соотношение доходов предприятий, использующих цифровые технологии, и не внедряющих их	Оценивает экономическую составляющую эффекта цифровизации, демонстрируя, насколько возрастает доходность бизнеса при внедрении новых технологических решений
Соотношение расходов на текущую деятельность предприятий, использующих и не использующих цифровые технологии	Показывает эффект экономии от внедрения цифровых технологий

Источник: составлено автором

В качестве набора показателей в оценке эффективности функционирования экосистемы туризма из числа представленных предлагаем использовать следующие: (таблица 5.9).

Таблица 5.9 – Показатели цифровизации туристского бизнеса в оценке эффективности экосистемы

Показатели цифровизации туристской деятельности	Весовые коэффициенты ($\Sigma=1$)
Число используемых цифровых технологий в туристской сфере, %	0,3
Индекс цифровизации, отражающий степень готовности туристских организаций к применению цифровых технологий, %	0,4
Изменение величины затрат на внедрение цифровых технологий организациями сферы туризма, %	0,15
Уровень востребованности цифровизации экосистемы для развития и модернизации туристского бизнеса	0,15

Источник: составлено автором

Значения весовых коэффициентов основаны на уровне приоритетности цифровых показателей для развития экосистемы туризма. Индекс цифровизации показывает степень готовности субъектов внутреннего туризма к

цифровой трансформации, алгоритм расчёта которого в разрезе ряда регионов РФ подробно представлен в параграфе 4.1 настоящего исследования.

Интервальные значения определенных показателей в группе показателей цифровизации оценки эффективности экосистемы приведена в таблице 5.10.

Таблица 5.10 - Интервальные значения цифровых показателей эффективности экосистемы

Показатели цифровизации туристской деятельности	Интервальные значения	Баллы
Число используемых цифровых технологий в туристской сфере, %	0–0,19	62–100
	0,19–0,5	38–61
	Более 0,5	0–38
Индекс цифровизации, отражающий степень готовности туристских организаций к применению цифровых технологий, %	> 90	62–100
	34,2–90	38–61
	0,0–34,2	0–38
Изменение величины затрат на внедрение цифровых технологий организациями сферы туризма, %	0–0,19	62–100
	0,19–0,5	38–61
	Более 0,5	0–38
Уровень востребованности цифровизации экосистемы для развития и модернизации туристского бизнеса	> 20	62–100
	7,6–20	38–61
	< 7,6	0–38

Источник: составлено автором

Пятый этап направлен на формирование показателей, отражающих систему санкций за нарушение обязательных стандартов и нормативов ведения туристского бизнеса по всем его ведущим секторам, включая гостиничный бизнес, общественное питания, туроператорскую и турагентскую деятельность. В числе таких показателей могут быть штрафные санкции и неустойки, в случае отказа потребителя от исполнения договора или ненадлежащего его исполнения на оказание туристских услуг (группа П₄).

В таблице 5.11 определены санкционные показатели в оценке эффективности работы экосистемы внутреннего туризма.

Таблица 5.11 – Санкционные показатели оценки эффективности экосистемы

Санкционные показатели	Весовые коэффициенты ($\Sigma=1$)
Выполнение обязательных стандартов и нормативов ведения туристского бизнеса	0,40
Величина потерь от штрафов, санкций и др. нарушений административно-правового характера в туристском бизнесе	0,30
Степень реализации принципов устойчивого развития сферы туризма	0,30

Источник: составлено автором

Оценка санкционных показателей в целом по их набору также проводится аналогичным образом, как и по предыдущим группам (таблица 5.12).

Таблица 5.12- Интервальные значения санкционных показателей эффективности экосистемы

Санкционные показатели	Интервальные значения	Баллы
Выполнение обязательных стандартов и нормативов ведения туристского бизнеса	Полностью выполняются	62–100
	Выполняются с минимальным запасом	38–61
	Присутствует невыполнение	0–38
Величина потерь от штрафов, санкций и др. нарушений административно-правового характера в туристском бизнесе	0–0,019	62–100
	0,019–0,05	38–61
	Больше 0,05	0–38
Степень реализации принципов устойчивого развития сферы туризма	Полностью реализуются	62–100
	Реализуются частично	38–61
	Недостаточная реализация	0–38

Источник: составлено автором

Шестой этап. На данном, заключительном этапе оценки эффективности экосистемы внутреннего туризма проводится расчет интегрального индекса по полученным значениям групп показателей. В дальнейшем полученные расчеты аккумулируются в цифровой платформе экосистемы внутреннего туризма.

Проведем оценку формирования экосистемы внутреннего туризма по рассмотренным ранее регионам России.

На основании данных Росстата РФ, посчитаем выделенные показатели, сгруппированные по блокам (этапам) оценки эффективности (таблица 5.13).

Таблица 5.13– Оценка эффективности экосистемного подхода развития внутреннего туризма

Показатель	Весовой коэффициент	Оценка текущего статуса					Ожидаемые результаты внедрения экосистемного подхода				
		Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	РФ	Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	Российская Федерация
Прирост выручки от реализации туристских услуг в расчете на одного туриста региона, % прироста за год	0,30	19,6%	4,3%	13,7%	10,3%	7,9%	20,6%	9,1%	32,4%	24,5%	18,6%
Прирост выручки от реализации туристских услуг в расчете на одну организацию туристского бизнеса региона, % прироста за год	0,15	9,4%	2,0%	6,6%	5,0%	3,8%	9,9%	4,4%	15,5%	11,7%	9,0%
Увеличение доли экосистемы на рынке электронной коммерции, % прироста за год	0,15	5,0%	2,0%	15,0%	16,0%	10,0%	11,8%	4,3%	35,5%	16,8%	23,7%
Динамика увеличения туристского потока территории, % прироста в год	0,30	-8,8%	28,9%	11,0%	20,6%	10,5%	20,9%	30,5%	26,1%	48,8%	24,9%
Прирост количества пользователей мобильных приложений, сервисов и информационных порталов, %	0,10	0,1%	0,1%	20,0%	15,0%	12,0%	0,2%	0,2%	21,0%	35,5%	28,4%

Показатель	Весовой коэффициент	Оценка текущего статуса					Ожидаемые результаты внедрения экосистемного подхода				
		Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	РФ	Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	Российская Федерация
прироста в год											
П1	0,35	5,4%	10,6%	12,6%	13,9%	8,8%	15,7%	13,2%	27,3%	29,8%	20,8%
Прирост прибыли и рентабельности туристских организаций, %	0,40	26,7%	42,7%	53,5%	112,3%	47,3%	56,9%	101,3%	126,9%	118,1%	112,0%
Темп прироста капитальных вложений в нематериальные активы, %	0,15	19,4%	107,0%	195,3%	44,8%	26,3%	41,4%	253,6%	205,5%	106,2%	62,4%
Прирост внебюджетных доходов в общей величине доходов цифровой экосистемы, %	0,25	12,0%	15,0%	40,0%	45,0%	30,0%	25,6%	35,5%	94,8%	47,3%	71,1%
Суммарная величина капитальных вложений в экосистему относительно ее доходов, %	0,20	1,0%	3,0%	20,0%	25,0%	20,0%	2,1%	7,1%	47,4%	26,3%	47,4%
П2	0,30	16,8%	37,5%	64,7%	67,9%	34,3%	35,8%	88,9%	114,7%	80,3%	81,4%
Число используемых цифровых	0,30	0,2%	0,1%	5,0%	3,0%	1,0%	0,5%	0,2%	5,3%	7,1%	2,4%

Показатель	Весовой коэффициент	Оценка текущего статуса					Ожидаемые результаты внедрения экосистемного подхода				
		Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	РФ	Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	Российская Федерация
технологий в туристской сфере, %											
Индекс цифровизации, отражающий степень готовности туристских организаций к применению цифровых технологий, %	0,40	0,2%	0,2%	15,0%	3,0%	2,0%	0,3%	0,5%	15,8%	7,1%	4,7%
Изменение величины затрат на внедрение цифровых технологий организациями сферы туризма, %	0,15	0,0%	0,0%	2,0%	1,0%	1,0%	0,0%	0,1%	2,1%	2,4%	2,4%
Уровень востребованности цифровизации экосистемы для развития и модернизации туристского бизнеса	0,15	2,0%	5,0%	30,0%	25,0%	10,0%	4,3%	11,8%	31,6%	59,2%	23,7%

Показатель	Весовой коэффициент	Оценка текущего статуса					Ожидаемые результаты внедрения экосистемного подхода				
		Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	РФ	Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	Российская Федерация
ПЗ	0,25	0,4%	0,9%	12,3%	6,0%	2,8%	0,9%	2,0%	12,9%	14,2%	6,5%
Выполнение обязательных стандартов и нормативов ведения туристского бизнеса	0,40	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Величина потерь от штрафов, санкций и др. нарушений административно-правового характера в туристском бизнесе	0,30	0,0%	0,0%	10,0%	8,0%	6,0%	0,1%	0,0%	10,5%	19,0%	14,2%
Степень реализации принципов устойчивого развития сферы туризма	0,30	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	75,0%	75,0%	75,0%	75,0%	75,0%
П4	0,10	55,0%	55,0%	58,0%	57,4%	56,8%	62,5%	62,5%	65,7%	68,2%	66,8%
ИИЭ	1	12,5%	20,7%	32,7%	32,5%	19,7%	22,7%	38,0%	53,8%	44,9%	40,0%

Источник: составлено автором

Полученные данные показывают невысокую текущую эффективность экосистемного подхода к развитию сферы внутреннего туризма по представленной системе показателей (таблица 5.14).

Таблица 5.14 - Текущие показатели оценки эффективности экосистемы сферы внутреннего туризма в разрезе регионов

Показатель	Весовой коэфф	Оценка текущего статуса				
		Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	Российская Федерация
П1 – Мультипликативные показатели	0,35	5,4%	10,6%	12,6%	13,9%	8,8%
П2 - Финансово-экономические показатели	0,30	16,8%	37,5%	64,7%	67,9%	34,3%
П3 – Показатели цифровизации	0,25	0,4%	0,9%	12,3%	6,0%	2,8%
П4 – Санкционные показатели	0,10	55,0%	55,0%	58,0%	57,4%	56,8%
ИИэ	1	12,5%	20,7%	32,7%	32,5%	19,7%

Источник: составлено автором на основе «Индекс «Цифровая Россия»».
<https://www.skolkovo.ru/researches/indeks-cifrovaya-rossiya/>

Исходя из обозначенных нами в шкале оценки показателей, к низкой эффективности относятся показатели, меньше 38% в целом по Российской Федерации.

Показатель П1 имеет самые высокие показатели в Московской области и Краснодарском крае, как наиболее развитых туристских центрах. Финансовые показатели П2, у данных регионов находятся на уровне выше средней и высокой эффективности, что нельзя сказать про другие регионы и данные в целом по стране. Цифровые показатели П3, включая индекс цифровизации находятся на низком уровне, за исключением Московской области, где развитие цифровых технологий идет опережающими темпами, нежели в целом по стране.

На среднем уровне находятся показатели П4-санкционные, что обусловлено развитием электронных систем документооборота, но их развитие отягчается низким уровнем реализации принципов устойчивого развития применительно к используемым в процессе туристско-рекреационной деятельности ресурсам.

Ожидаемые первые результаты реализации экосистемного подхода представлены в таблице, при этом стоит упомянуть, что динамика развития внутреннего туризма и накопление большего объема информации позволит более гибко настраивать и создавать нужные инструменты управления туристским спросом и предложением (таблица 5.15).

Таблица 5.15 – Ожидаемые первые результаты реализации экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма

Показатель	Весовой коэфф.	Ожидаемые первые результаты реализации экосистемного подхода				
		Белгородская область	Республика Калмыкия	Московская область	Краснодарский край	Российская Федерация
П1 – Мультипликативные показатели	0,35	15,7%	13,2%	27,3%	29,8%	20,8%
П2 - Финансово-экономические показатели	0,30	35,8%	88,9%	114,7%	80,3%	81,4%
П3 – Показатели цифровизации	0,25	0,9%	2,0%	12,9%	14,2%	6,5%
П4 – Санкционные показатели	0,10	62,5%	62,5%	65,7%	68,2%	66,8%
ИИЭ	1	22,7%	38,0%	53,8%	44,9%	40,0%

Источник: составлено автором

По данным таблицы мы видим, что практически во всех рассматриваемых регионах эффективность переходит из низкого уровня на средний и, что особенно важно, в целом по стране. Если в текущем статусе, Краснодарский край и Московская область были территориями с высокими рисками развития овертуризма, то сейчас, эффективность приобретает более равномерное распределение по показателям П1, П2 и П4, однако вырастают и показатели

рисков информационной безопасности, но и востребованности рынком цифровых разработок экосистемы.

Полученные результаты показывают, что экосистемный подход к развитию внутреннего туризма, действительно способен не только сгладить неравномерность развития туристских регионов, но и повысить цифровую активность субъектов туристской деятельности, что наилучшим образом отразится на системе управления развитием внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполненного исследования была выявлена особая значимость и методологически обоснована объективная необходимость внедрения новейших технологических процессов, основанных на использовании цифровых трансформаций, позволяющих реализовать механизмы обеспечения развития сферы туризма, а также совершенствования бизнес-процессов в ее основных сегментах.

1. Предложен авторский подход к формированию технологической трансформации системы внутреннего туризма, представляющий собой интеграцию основных этапов перевода процессов формирования и реализации туристского предложения в цифровое пространство экосистемы, позволяющих минимизировать затраты времени и повысить качество туристского обслуживания. Обосновано, что технологическая трансформация – это последовательный процесс замены различных поколений техники, технологий, управленческих и организационных способов и методов ведения туристского бизнеса. Следовательно, «технологическая трансформация» категория, более конкретизированная и гораздо более широкая, чем простое применение цифровых технологий. Определены этапы технологической трансформации, среди которых формирование аналитической базы данных на основе цифровых технологий, инфраструктурные и управленческие трансформации с изменением структуры управления, переформатирование каналов коммуникаций с помощью региональных цифровых платформ и экосистем; сформирована обобщенная модель технологической трансформации, включающая цифровую составляющую, управленческую, процессную, инновационную структуры, а также цифрового туриста.

2. Впервые разработана методологическая база оценки туристских потоков как важнейшего инструмента управления внутренним туризмом. На основе интервальной типологизации субъектов РФ сформирована тепловая карта туристских потоков, позволяющая определить чрезмерную нагрузку на

туристскую территорию, порождающую явление «сверхтуризма» или «овертуризма», которое в значительной степени ухудшает качество жизни местного населения туристской территории. Разработан алгоритм диагностики овертуризма на основе системы показателей и критериев, характеризующих среднегодовые темпы прироста числа туристских прибытий на территорию, интенсивность туризма, плотность туристской территории с выходом на интегральный показатель овертуризма, позволяющий корректно оценить риск туристской перегрузки территории и во время сформировать соответствующие управленческие решения.

3. В ходе проведенного исследования сформированы методические рекомендации по проведению мониторинга туристских потоков, что дает возможность постоянно отслеживать уровень влияния туристского сектора на природные ресурсы и культурно-исторические объекты туристских регионов, выявлять и анализировать тенденции развития туризма территорий, разрабатывать и реализовывать программу действий, направленную на нивелирование негативных факторов в развитии туризма. Сформирована адаптационно-функциональная модель мониторинга туристских потоков. Составлена схема причинно-следственных связей влияния туристского потока на устойчивость территории, где индикатором, выступающим в качестве ограничителя является интегральный показатель овертуризма. С помощью применения математических моделей и методов осуществлено прогнозирование туристских потоков на среднесрочную перспективу, позволяющее выявить прогнозные сценарии развития сферы туризма на уровне региона.

4. Разработана концепция формирования организационно-экономических механизмов развития внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций на основе целевого иерархического подхода, позволяющего формулировать укрупнённые цели по уровням развития с последующей их декомпозицией путём использования инструмента «дерево целей», что позволяет скоординировать деятельность

министерств и ведомств на всех уровнях государственной власти, курирующих процесс развития туризма. Разнообразие целей позволяет проявлять большую гибкость планирования в случае усиления негативного влияния факторов риска и неопределённости экономического, политического, социального, экологического характера. На основе методики IDEF0 составлена функциональная схема бизнес-процессов, направленных на формирование цифровых трансформаций, как значимых механизмов развития туристской деятельности

Авторский подход к формированию организационно-экономических механизмов развития туризма отличается также наличием функционального блока, характеризующего декомпозицию процесса генерации, информирования и реализации туристского продукта потребителю в условиях цифровизации.

5. Адаптирована и апробирована на примере Краснодарского края методика, направленная на формирование интегрированных территориальных структур в качестве перспективных форм управления развитием внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций исходя из функциональных признаков, социально-экономического потенциала, модели управления с учетом получаемого интеграционного эффекта. Опираясь на системный подход, процесс формирования и развития интегрированной территориальной структуры представлен в виде последовательности этапов, обеспечивающих переход от простой совокупности туристских территорий к пространственно- локализованной и институциональной системе, в рамках которой возможно осуществление процессов управления. К базовым этапам формирования интегрированной территориальной структуры отнесены следующие: определение территорий (муниципальных образований), на базе которых может быть осуществлено формирование вида интегрированной территориальной структуры, алгоритм объединения туристских территорий, выбор вида объединения- горизонтальная интеграция, вертикальная или диагональная, выбор модели

управления, определение результирующего эффекта. Представлена структура интегрированного туристского продукта исходя из территориальной функциональной и административно-управленческой интеграции.

6. Разработаны методические рекомендации по формированию пространственной модели оценки результативности развития сферы туризма региона. Авторское исследование базировалось на использовании элементов теории графов, экономико-математического моделирования, в том числе пространственного моделирования, позволяющего анализировать развитие систем, подверженных влиянию множества факторов. Эффективность развития внутреннего туризма региона тесным образом взаимосвязана с результативностью функционирования его основных видов, оценить который можно по трем блокам показателей: экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности. Блок экономической результативности включает показатели, определяющие эффективность функционирования, как внутреннего туризма в целом, так и в разрезе его видов. Блок экологической безопасности включает показатели, характеризующие уровень экологической нагрузки территории региона, обусловленной развитием туризма. Блок социальной результативности выражает соотношение и взаимосвязь показателей социального благополучия и качества жизни, обусловленное развитием туризма и управления его подсистемами в условиях технологических трансформаций.

7. Сформирован и апробирован на региональном уровне оценочно-интервальный метод применения DATA-анализа в диагностике готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям, позволяющий оценить готовность субъектов внутреннего туризма к модернизации бизнес-процессов управления в условиях перехода к цифровой экономике. Анализ производился по трем функциональным блокам: социально-экономический потенциал цифровизации, научно-технический потенциал цифровизации, технологии и инновационная деятельность. Диагностирование осуществлено в целом по РФ, а также на примере субъектов РФ, где сфера туризма

получила наибольшее развитие, числе которых Республика Карелия, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Калининградская область и Алтайский край. Построен DATA–профиль цифровизации субъектов внутреннего туризма, дающий возможность непосредственно выявить уровень готовности региона к цифровым трансформациям (высокий, недостаточный, слабый), что позволяет формировать эффективные механизмы управления развитием внутреннего туризма.

8. Разработана и научно обоснована авторская методика оценки цифровой активности организаций туристского бизнеса, являющаяся ключевым компонентом поэлементной декомпозиции развития туризма в условиях технологических трансформаций. В качестве ключевых индикаторов оценки цифровой активности использованы цифровой потенциал, цифровая устойчивость и интенсивность цифровизации основных бизнес-процессов. Подобный методический подход позволяет использовать соответствующие показатели, количественно и качественно отображающие специфику процессов цифровизации, осуществляемых туристскими организациями в различных секторах внутреннего туризма. Величина результирующих эффектов сформированной методики определяется достижением целевых индикаторов с позиции следующих направлений: производственно-технологического, инновационно-экономического, социально-ориентированного, которые формируют информационную базу для разработки тактических и стратегических мероприятий и управленческих решений, направленных на достижение поставленных целей устойчивого развития туристских организаций в условиях технологических трансформаций.

9. Подтвержден вывод о том, что применение методов прогнозирования в туризме является одним из актуальных и чрезвычайно важных направлений исследований, так как стратегические и тактические планы управления развитием сферы туризма должны основываться на анализе тенденций и объективно доказанных перспективах. Автором

разработаны и апробированы на региональном уровне методические рекомендации по прогнозированию спроса на туристский продукт на основе импульсного моделирования. Основываясь на поисковых запросах Гугл и Яндекс, разработана матрица портретов потенциальных туристов и характеристика направленности предложения туристского продукта. Проведен анализ перспективности классификации потенциальных туристов, применительно к туристским территориям Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Республики Карелия. Сформирован оргграф оценки вклада видов туристского продукта в развитие туристских территорий и осуществлено прогнозирование сценариев развития в региональном аспекте, что позволяет выявить возможные направления совершенствования процессов развития внутреннего туризма.

10. Применительно к процессам технологических трансформаций в сфере туризма обоснованы базовые положения экосистемного подхода, позволяющего получать расширенный доступ к информации о видах турпродукта и его характеристиках в территориальном разрезе, а также объединять в наиболее прямую и короткую цепочку информационного взаимодействия всех заинтересованных участников, накапливать аналитические регистры, а также сопоставлять полученные данные со сценарными условиями в оперативном режиме, что особенно важно в современных условиях технологических трансформаций. В рамках экосистемного подхода сформирована структурно-функциональная модель региональной цифровой платформы, составляющими элементами которой являются следующие блоки: диагностический, где происходит определение степени цифровой зрелости субъектов сферы туризма к использованию цифровых технологий; информационный, который включает в себя основные каналы информации с последующим формированием единого информационного центра туристского региона; результативный, позволяющий дать оценку эффективности управления развитием внутреннего туризма. Разработана и методически обоснована практико-

ориентированная модельная версия использования цифровой экосистемы адаптивного управления развитием внутреннего туризма, представленная в виде системы дерева целей и принятия решений с возможностью управляемого приспособления и адаптации технологических трансформаций в сценарии дальнейшего развития.

11. В качестве практической реализации экосистемного подхода разработана и практически апробирована на примере ряда субъектов РФ: Белгородской области, Республики Калмыкия, Московской области, Краснодарского края методика оценки эффективности экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма, направленная на совершенствование управления развитием туристской деятельности на базе системы показателей по наиболее значимым группам. Рациональность применения предложенной методики осуществлена посредством реализации алгоритма детального рассмотрения каждой группы показателей: мультипликативных, финансово-экономических, показателей цифровизации туристской деятельности и санкционных показателей с последующим расчетом интегрального показателя эффективности. Преимуществом данной методики является системность и целостность предложенных показателей, характеризующих результативность экосистемного подхода к развитию внутреннего туризма в условиях технологических трансформаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные правовые акты

1. Указ Президента России № 474 от 21 июля 2020 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> свободный.- (дата обращения: 15.03.2022)

2. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731> (дата обращения: 01.12.2022).

3. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. № 39.

4. Распоряжение Правительства РФ от 5 мая 2018 г. № 872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» (ред. 11.07.2019) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. № 21.

5. Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 207-р «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» (ред. от 30.09.2022). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318094/006fb940f95ef67a1a3fa7973b5a39f78dac5681/?ysclid=laxzuy3cl9808642580 свободный (дата обращения: 15.11.2022).

6. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/programs/1/> свободный (дата обращения: 01.09.2022).

7. Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/> свободный (дата обращения: 01.09.2021).

8. Паспорт национального проекта «Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации"» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 4 июня 2019 г. № 7) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digital.ac.gov.ru/materials/passport/> свободный (дата обращения: 01.09.2021).

9. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 26 февраля 2021 г. № 109 «Об утверждении методики оценки туристского потока» (ред. от 01.03.2022). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/DvCmv48A/met109-21.pdf> свободный (дата обращения: 15.09.2022).

10. Приказ Ростуризма от 12 ноября 2021 г. № 526-Пр-21 «О статистической методологии расчета показателей национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», федеральных проектов «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма» (ред. от 10.02.2022). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LA_W_401455/ свободный.- (дата обращения: 17.11.2022).

11. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения 02.11.2022).

12. Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 года. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/550301926> (дата обращения: 15.10.2022).

Зарубежные источники

13. Anderson, R.I. Hotel Industry Efficiency: An Advanced Linear Programming Examination /R.I. Anderson, R. Fok, J. Scott // American Business Review. 2000. № 18 (1). – P. 40–48.

14. Armstrong, M. Handbook of Human Resource Management. 12-th Edition. 2011.

15. Butler R. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. Canadian Geographer, 2006, vol. 24, pp. 5-12.

16. Barros C.P. Evaluating the efficiency of a small hotel chain with a Malmquist productivity index /C. P. Barros // International Journal of Tourism Research. 2005. № 7 (3). P. 173–184.

17. Boyatzis R. The Competent Manager: A model for effective performance Text. / R.E. Boyatzis. Chichester: John Wiley & Sons, 2015.

18. Brynjolfsson, McAfee, 2014; Schwab, 2017

19. Butowski L. Sustainable Tourism—A Model Approach //Visions for global tourism industry: Creating and sustaining competitive strategies. 2012. С. 1

20. Casagrandi R., Rinaldi S. A theoretical approach to tourism sustainability //Conservation ecology. 2002. Т. 6. №. 1.

21. Coping with success: managing overcrowding in tourism destinations. McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council Report, December 2017.

22. Chivu M. The labour market – statistics study // Ed. Independent Economic. – 2017.

23. Christie Smith and Stephanie Turner, The Millennial majority is transforming your culture, Deloitte, 2016, pp. 1– 15,

https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about_deloitte/us/millennial-majority-will-transformyour-culture.pdf, (дата обращения: 15.11.2017)

24. Cojuhari A., Dorofeev L. Concept issues regarding the labour market and its reflection in Republic of Moldova // *Economic Journal*. 2014. № 3 (89). P. 59-69.
25. Devanna M. A. A framework for a strategic human resource management /M. A. Devanna, C. J. Fombrun, N. M. Tichy/ *Strategic Human Resource management*. N. Y.: John Wiley, 2015. 499 p.
26. Davidson R., Maitland R. *Tourism destinations*. London, Hodder & Stoughton, 1997, pp.4.
27. Gorbatiuk K., Mantalyuk O., Proskurovych O. & Valkov O. Analysis of regional development disparities in Ukraine with fuzzy clustering technique. *The 8th International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy (M3E2 2019)*, 65, 194-210.
28. Gursoy, D., Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events. *Annals of Tourism Research*, 33, 603–623.
29. Hidi S., Harackiewicz J.M. Motivating the corporately unmotivated: A critical issue for the 21st century // *Review of Educational Research*, №70(2), 2013, p. 151–179
30. Iovlev G. A. Digitalization of technical service / G. A. Iovlev, I. I. Goldina, A. G. Nesgovorov, V. S. Zorkov // *Digital agriculture development strategy Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (ISPC 2019)*. Сер. «Advances in Intelligent Systems Research».2019. С. 36-39.
31. Irvin Derek. *The Role of Tangible vs. Intangible Rewards in Strategic Recognition*. –CoM, MIT, 2010
32. Kastenzholz, E. Carneiro M.J., Eusébio, C. (2015). Diverse socializing patterns in rural tourist experiences – a segmentation analysis, *Current Issues in Tourism*, 21:4, 401-421, DOI: 10.1080/13683500.2015.1087477.
33. Leiper N. *Tourism management*. 3rd edn. Sidney, Pearson Education Australia, 2004. 326 p.

34. Morozov V.Y., Murashova Y.V., Lustina T.N., Panova A.G., Danilova V.A. Formation of human resource management system in organizations. *European Research Studies Journal*. 2017. T. 20. № 2A. С. 408–421.
35. OECD Digital Economy Outlook 2017 [Электронный ресурс]. – <http://www.oecd.org/sti/oecd-digital-economy-outlook-2017-9789264276284-en.htm>
36. Yakubovich V. Weak Ties, Information, and Influence: How Workers Find Jobs in a Local Russian Labor Market // *American Sociological Review* June 2014, p. 428—431.
37. Gawer A., Cusumano M. Industry Platforms and Ecosystem Innovation // *Journal of Product Innovation Management*. 2014. N 3. P. 417–433.
38. Vosman L., Coenen T.B.J., Volker L., Visscher K. Exploring the Innovation Ecosystem Concept for a Construction Industry in Transition In: Scott, L. and Neilson, C. J. (Eds) *Proceedings of the 37th Annual ARCOM Conference, 6-7 September 2021, UK, Association of Researchers in Construction Management, 2021. P. 449-458*
39. Morgan M. J. Making space for experiences // *Journal of Retail and Leisure Property*. 2006. No. 5. P. 305–313.
40. Framke W. The destination as a concept: a discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2002, no. 2 (2), pp. 92-108.
41. Demczuk Marek. Development of a cluster form of spatial organization of the territory in the field of tourism // *Bulletin of the Association of Tourism and Service Universities*, vol. 8, No. 4, - 2014
42. Cojuhari A., Dorofeev L. Concept issues regarding the labour market and its reflection in Republic of Moldova // *Economic Journal*. – 2014. - № 3 (89). - P. 59-69.

Российские источники

43. Абдель Вахед Э.А. Развитие туризма в России в условиях международных санкций и их отображение в СМИ // Сервис в России и за рубежом. 2021. № 2 (94). С. 57–65.

44. Абрамов В.И., Евдокимов Д.С. Ситуационный центр как механизм государственного управления: российский и зарубежный опыт // РППЭ. 2019. № 10 (108). С. 21–35.

45. Адомавичюс Г. Технологические роли и пути влияния: экосистемная модель эволюции технологий // Информационные технологии и управление. 2007. № 2. С. 185–202.

46. Аксенова Ж.Н., Емельянова Е.А. Механизмы и инструменты управления региональным инновационным развитием // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 2. С. 41–55.

47. Акаткин Ю.М. и др. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли // Бизнесинформатика. 2017. № 4 (42). С. 17–28.

48. Алексеев А.Н. Развитие инновационной среды на федеральном и региональном уровне // Транспортное дело России. 2013. № 6. С. 225–227.

49. Альмухамедова О.А., Ханина А.В. Новые точки притяжения российских туристов в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. 2022. № 11. С. 303–305.

50. Анисимова Н.Д. Дерево целей. – М.: Спутник+, 2021. – 221 с.

51. Арефьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. 2020. № 3. С. 22-34.

52. Архипова А.А. Цифровая экосистема в индустрии туризма // Modern Science. 2020. № 7-2. С. 38-42.

53. Атлас сквозных технологий цифровой экономики России: проект-сигнал / А. Г. Макушкин, Е. А. Осоченко; - Москва: Гринатом, 2019. - 372 с.

54. Афанасьев, М.А. Цифровая трансформация процесса управления знаниями // Образование. Наука. Научные кадры. 2018. № 3. С. 137–142.

55. Бабина О. И. Теория, методология и практика регионального стратегического планирования: монография / О.И. Бабина. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 122 с.
56. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 260 с.
57. Бауэр В.П. Блокчейн как основа формирования дополненной реальности в цифровой экономике / В.П.Бауэр, С.Н.Сильвестров, П.Ю. Барышников // Информ. общество. 2017. N 3. С.30-40.
58. Бестужева О.Ю. Некоторые особенности развития цифровой экономики / О.Ю.Бестужева, О.Н. Вершинская // Энергетическая политика. 2017. N 5. -С.49-57.
59. Бетелин В.Б. О проблемах формирования в России цифровой экономики услуг // Инновации. 2018. N 9. С.3-5.
60. Буркатовская Ю.Б.Теория графов. Часть 1: учебное пособие / Ю.Б. Буркатовская. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. – 200 с
61. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: перевозки/— СПб.: Издательский дом Герда, 2007. — 528 с.
62. Бирюков А. Г., Васильев М. А. Стратегическое планирование в Российской Федерации: теория, практика, методология // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2019. - № 6 (108). С. 124-148.
63. Боголюбов В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. - Москва: Издательство Юрайт, 2024. - 256 с.
64. Бородай В.А. Проблемы диджитализации HR-процессов в сфере сервиса // Высокие технологии и модернизация экономики: достижения и новые векторы развития. Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. 2017. с. 78-85.

65. Боханов В.В. Оценка рекреационного потенциала развития регионального туризма // Предпринимательство. 2007. № 5. с. 31-37.
66. Буцык С. В. «Цифровое» поколение в образовательной системе российского региона: проблемы и пути решения // Открытое образование. 2019. № 1 (23). С. 27–33.
67. Бычкова С. Г. Информационно-коммуникационные технологии как основа развития информационного общества: Россия в системе международных статистических индикаторов // Статистика и Экономика. 2019. № 1 (16). С. 32–40.
68. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 242 с.
69. Гаврилов Д.В. Бардасова Э.В. Инновационные технологии в кадровом менеджменте //Вестник Казанского технологического университета. 2013. Т.16. №3. С.267 – 270.
70. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПб ГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11. № 6. С. 22-36.
71. Голубева А.С., Козырская И.Е. Рынок электронной коммерции: мировые тенденции и российские реалии // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 6А. С. 157-168.
72. Горелова Г.В. Когнитивный подход к имитационному моделированию сложных систем // Известия ЮФУ. Технические науки, №3 (140), 2013, с.239-250.
73. Голянич В.М. Инновационные технологии в кадровом менеджменте/ В.М. Голянич, Е.И. Кудрявцева // Управленческое консультирование. 2013. № 2(50). С. 5-16.
74. Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев - Москва: Нолидж, 1996. – 311с.

75. Грибанов Ю.И. Цифровая трансформация социально-экономических систем на основе развития института сервисной интеграции: дис. ... доктора экономических наук: 08.00.05/ Грибанов Юрий Иванович.- СПб.,2019.- 355 с.

76. Даниленко Н. Н. Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма // Сервис в России и за рубежом: электрон. журнал. 2012. № 6. С.69-78

77. Дедов Л.А., Капустин В.Ф. Методы оценки структурных сдвигов экономической системы // Вестн. СПб. ун-та. Сер. 5. Экономика. 1995. Вып. 4. С. 95–103.

78. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19// Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. Том 8 (74). № 3. 2022 . С. 148–164.

79. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 257с.

80. Днепровская, Н.В. Развитие теории управления информацией // Информационные ресурсы России. 2006. № 6. С. 12–14.

81. Донскова Л.И., Макаров А.А., Чикалова Л.С. Аспекты осуществления инновационной деятельности российскими организациями туризма и санаторно-курортной сферы // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 10-1. С.99-103.

82. Дорошенко С.В., Шеломенцев А.Г. Предпринимательская экосистема в современных экономических исследованиях // Журнал экономической теории. 2017. № 4. С. 212-221.

83. Дурович, А.П. Организация туризма. учебное пособие / А.П. Дурович.-СПб: Питер.2012.- 320с.

84. Енджейчик, И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой / И. Енджейчик. – М.: Финансы и статистика, 2003. 244с.

85. Зайцева Н.А. Влияние пандемии коронавируса на развитие индустрии туризма и гостеприимства: глобальный и национальный аспекты // Международная экономика. 2021. №2. С 51-56
86. Зворыкина Т.И. Особенности и современные тенденции развития сферы услуг // Вестник Академии. 2012. № 4. С. 71–74.
87. Земцов С. Роботы и потенциальная технологическая безработица в регионах России: опыт изучения и предварительные оценки // Вопросы экономики. №7. С. 1-16.
88. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: Справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов.- М.: Финансы и статистика, 2001. - 368 с.
89. Иванов В.В. Цифровая экономика: от теории к практике // Инновации. 2017. № 12. С.3-12.
90. Иванов И.А. Внутренний туризм в муниципальных образованиях СЗФО: статистические оценки и влияние пандемии COVID-19 // Известия Русского географического общества. 2022. Т. 154. № 5–6. С. 59–72.
91. Индикаторы цифровой экономики: 2021: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др. М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 248 с.
92. Индикаторы цифровой экономики: 2022: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 332 с.
93. Исмиева Р.Т. Управление эффективностью функционирования организаций туристического бизнеса: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Исмиева Рена Турабовна. - Махачкала, 2011. – 151с
94. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Н.И. Кабушкин. - Москва: КНОРУС, 2017. - 413 с.
95. Калянов, Г.Н. Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов: учеб. пособие для вузов / Г.Н. Калянов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 240 с.

96. Каменева, С.В. Социальная статистика [Электронный ресурс]/ С.В. Каменева // Мир науки. - 2020. - Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/06MNNPU20.pdf>
97. Капелюшников, Р.И. Экономическая теория прав собственности / Р.И. Капелюшников. - М. ИМЭМО, 1990. - 90 с.
98. Капля Д.Н., Кашпаров Р.В. Информационный мониторинг в процессе стратегического управления социально-экономическим развитием региона // Вестник Алт. гос. пед. академии. 2013. № 17. С. 19–22.
99. Капранова Л.Д. Цифровая экономика в России: состояние и перспективы развития // Экономика. Налоги. Право, 2018, №2, С. 58-69.
100. Карпинская В.А. Экосистема как единица экономического анализа // Системные проблемы отечественной мезоэкономики, микроэкономики, экономики предприятий. 2018. № 2. С. 125-141.
101. Карпова, Г.А. Государственное регулирование развития туристских дестинаций: учебное пособие / Г.А. Карпова – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 55 с.
102. Клейнер Г.Б. Экономика экосистем: шаг в будущее // Экономическое возрождение России. 2019. №1(59). С. 40-45.
103. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учеб. пособие для вузов / О. А. Кобелев - М.: Перспектива, 2003. - 428 с.
104. Кокуйцева Т.В., Овчинникова О.П. Методические подходы к оценке эффективности цифровой трансформации предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 6. С. 2413–2430.
105. Корюкова С.А. Современное состояние и перспективы развития внутреннего туризма в России // Прогрессивная экономика. 2023. № 2. С. 57–69.
106. Королева М.А., Кущева Н.Б. Цифровая экономика туризма и сферы услуг как «прорыв в будущее» // Вестник индустрии гостеприимства. 2018. Вып.4. С. 55-58.

107. Костюченко Н.И., Хенцинский Е.А., Семихов Д.А. Проблемы теории и практики управления социальными системами, связанные с определением понятия «дерево целей» (методологический аспект) // Вестник краснодарского университета МВД России. 2019. № 3 (45). С. 102-107.

108. Козин В.В. Системный подход как теоретико-методологическая основа модернизации этнокультурного образования в региональном социуме // Интеграция образования. 2012. №4 (69). С. 10–13.

109. Кружалин В.И., Кваша Е.С. Перспективы развития туризма в регионах Российской Федерации (на примере Вологодской области) // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. 2023. №4. С. 275-284

110. Кудина, М. В. Цифровая экономика как стратегический тренд инновационного развития / М. В. Кудина, А. С. Воронов, Л. С. Леонтьева, М. А. Сажина, Н. Г. Щеголева и др. М.: КДУ, 2018. – 166 с.

111. Кужелева А.А. Концептуальные основы стратегического управления развитием Донбасса // Россия: тенденции и перспективы развития. 2018. № 13-1. С.80-87.

112. Куликова О.М., Суворова С.Д. Экосистема: новый формат современного бизнеса // Вестник Академии знаний. 2021. №1(42). С. 200-205.

113. Копырин А.С., Видищева Е.В. Разработка модели влияния туристских потоков на устойчивость туристской территории (региона) // Теоретическая и прикладная экономика. 2022. № 2. С. 46 - 56.

114. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края Статистический сборник / Краснодарстат. Краснодар. 2022. – 122 с.

115. Левин, Ю. А. Стратегическое планирование развития территорий особых экономических режимов и регионов: учебное пособие / Ю.А. Левин. – Москва: КноРус, 2023. – 148 с.

116. Левченко К.К. Интегрированные территориальные структуры как инструмент развития внутреннего туризма // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2022. Т. 20 № 4. С.74-82

117. Левченко К.К. Методический подход к формированию цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом // Сервис в России и за рубежом. 2023 Т.17. №1. С. 5–14.

118. Левченко, К.К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории: монография / К.К. Левченко, Т.П. Левченко. – М.: РУСАЙНС, 2021. – 116 с.

119. Левченко, К.К. Развитие туризма в условиях активной трансформации глобальных процессов: монография/ К.К. Левченко.- Семей: Издательский дом Интеллект, 2020. -142 с.

120. Левченко К.К. Современные тренды и тенденции развития внутреннего туризма в условиях новых реалий// Вестник академии знаний. 2022. №53 (6). С. 168-173

121. Левченко К.К. Технологические трансформации как важнейший фактор развития международного туризма //Сервис в России и за рубежом 2021.т.15. №5 (97). С.50-59.

122. Левченко К.К. Цифровая трансформация как новый этап развития международного туризма в регионе Северной и Центральной Азии // Вестник РМАТ. 2021. №4. С. 86-94.

123. Левченко К.К. Экосистемный подход развитию туризма в условиях технологических трансформаций //Экономика: теория и практика 2023. № 1 (69). С. 42-48.

124. Левченко, К.К. Методология оценки инновационной активности туристских организаций на основе построения карты взаимосвязей элементов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2021. № 11(138). С. 10-16.

125. Левченко К.К Структурно-функциональная модель цифровой платформы в туризме// Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13. № 3-1. С. 285-293.

126. Левченко К.К., Чуваткин П.П. Формирование интегрированной территориальной структуры внутреннего туризма // Экономика региона. 2023, 19(4). С. 1135-1145.

127. Левченко К.К. Методический подход к формированию цифровой экосистемы адаптивного управления туризмом // Сервис в России и за рубежом. 2023 Т.17. №1. С. 5–14.

128. Лепский, В.Е. Стратегическое целеполагание в ситуационных центрах развития: монография / В.Е. Лепский, А.Н. Райкова. – М.: Когито-центр, 2018. – 320 с.

129. Личинан О.П., Арзуманов И.А., Галенпольский Ф.С. Методологические проблемы взаимосвязи документов стратегического планирования федерального уровня, разрабатываемых в рамках целеполагания по отраслевому и территориальному принципам // Сибирский юридический вестник. 2021. № 2 (93). С. 30-36.

130. Мажар, Л.Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа// Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. №1. С.16-23.

131. Манжосова, И.Б. Формирование стратегии модернизации сельского хозяйства в условиях цифровой экономики: дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05 / Манжосова Инна Борисовна. – Ставрополь, 2019. – 430 с.

132. Мачуева Д. А. Современные методы анализа и оценки социально-экономических систем // ИВД. 2016. №4 (43). С.80-99.

133. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент / В.Г. Медынский.- М: Инфра-М, 2012.- 229 с.

134. Мерзлов И. Ю., Шилова Е. В. Комплексная методика оценки уровня цифровизации организаций // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 9. С. 2379–2396.

135. Месропян В.Р., Овсянников М.В. Перспективы использования наукометрических методов в прогнозировании // Научно-техническая информация. Серия 1: организация и методика информационной работы. 2014. №2. С 19-27.

136. Методика оценки региональных туристских и экскурсионных потоков: возможности использования для оценки количества посетителей ООПТ / Агентство МАРКЕТ ГАЙД. – Москва, 2021. – 35 с.

137. Меньшиков П.В., Агрба А.А. Цифровые экосистемы как фактор создания совместных ценностей// Вопросы Национальных и Федеративных отношений. 2022. Том 12, № 3(84). С 917-928.

138. Могзоев А.М., Пайзулаев С.С. Отечественный и зарубежный опыт программно-целевого планирования // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. 2016. №1 (16). С. 87-92.

139. Морозов М.А., Морозова Н.С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14. № 4. С. 27-36.

140. Назаров, В.П. Развитие теоретических и методологических основ стратегического планирования: монография / В.П. Назаров – М.: КноРус, 2022. – 332 с.

141. Назайкинский С.В., Седова О.Л. Роль HR-аналитики в принятии управленческих решений в организациях // Вестник РГГУ. Серия Экономика. Управление. Право. 2017. № 3 (9). С. 9–19.

142. Никулина Т.А. Методика оценки синергетического эффекта функционирования корпоративных розничных торговых сетей // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3. С. 939-945.

143. Нижегородцев Р.М. Прогнозирование показателей социально-экономического развития региона// Экономика региона 13(1). С. 38-48.

144. Николаенко В.С. Анализ инструментария по обеспечению функции управления рисками в ИТ-проектах // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. № 49. С. 105–120.

145. Оборин М.С. Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере / М. С. Оборин, М. Ю. Шерешева // Управленец. 2017. № 4(68). С. 24-31.

146. Орлова, И.В. Экономико-математическое моделирование: практическое пособие по решению задач / И.В. Орлова, М.Г.– М.: ИНФРА-М, 2023. – 190 с.

147. Перцик, Е.Н. Крупные городские агломерации: развитие, проблемы проектирования // Проблемы развития агломераций России. М.: Крассанд, 2009. С. 34–46.

148. Пирожкова М.А. Значение «золотого сечения» в экономической мысли// Современные наукоемкие технологии. 2014. №5. С.172-174.

149. Пискун, Е.И., Хохлов В.В. Экономическое развитие регионов Российской Федерации: факторно-кластерный анализ // Экономика региона. 2019. 15(2). С. 363-376.

150. Полян, П.М. Территориальные структуры – урбанизация – расселение: теоретические подходы и методы изучения / М.П. Полян.-М.: Новый хронограф, 2014.- 715 с.

151. Порошина О.В. Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода // Проблемы развития территорий. 2016. №1 (81). С.79-95.

152. Преображенский, В.С. Теоретические основы рекреационной географии/ В.С. Преображенский.- М.: Наука, 1975. -224 с.

129. Рассохина Т.В. Технология мониторинга устойчивого развития туристских дестинаций посредством оценки индикаторов управления и состояния // Сервис plus. 2018. Т. 12, № 2. С. 54-64.

153. Растворцева, С.Н. Социально-экономическая эффективность регионального развития / С. Н. Растворцева, В. В. Фаузер, В. Н. Задорожный, В. А. Залевский - Москва: Экон-Информ, 2011. - 134 с.

154. Ревенко Н.С. Европейский союз на пути к единому цифровому рынку // Мир новой экономики. 2016. № 2. С 6-15.

155. Революция платформ: как сетевые рынки меняют экономику и как заставить их работать на вас. / Сангиг Пол Чаудари, Маршалл ван

Альстайн, Джеффри Паркер.-М: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2017. – 440с.

156. Резник А.С., Семина И.А. Тенденции развития третичного сектора национальной экономики в период пандемии // E-Scio. 2021. № 10. С. 531-537.

157. Рисин И.Е., Шлеките И. А. Тенденции развития системы мониторинга социально-экономического развития региона // Вестник Белгород. ун-та потребительской кооперации. 2006. № 4 (20). С. 46–49

158. Рогач О.В. Туристский потенциал российских территорий: позиция муниципальных органов власти // Вопросы экономики. 2022. № 9. С. 125–138.

159. Романов М.С. Техничко-технологические риски цифровизации системы управления персоналом // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление». 2021. № 6 (133). С. 34-38.

160. Россия в цифрах. 2022: Крат. стат. сб. / Росстат – М., 2021 – 275 с.

161. Рубцова Н.В. Формирование системы мониторинга эффективности сферы туристско-рекреационных услуг региона // Мир экономики и управления. 2019. Т. 19, № 3. С. 101–110.

162. Рябысько Ю.С., Кононова О.В. Исследование цифровых трансформаций туристической отрасли Санкт-Петербурга // Научный сервис в сети Интернет: труды XXII Всероссийской научной конференции (21-25 сентября 2020 г.). М.: ИПМ им. М.В.Келдыша, 2020. С. 572-580.

163. Семеркова Л.Н. Актуальные проблемы неравномерного распределения туристских потоков // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. №1(49). С. 168-178.

164. Сильвестрова, С.Н. Стратегическое планирование в государственном секторе экономики: монография/ С.Н. Сильвестрова. - М.: ИНФРА-М, 2022. – 344 с.

165. Современные аспекты экологизации туристской деятельности — теория и практика: монография / Г. А. Карпова, С. Ю. Гришин, А. Н. Черных, В. А. Ткачев. – СПб. : СПбГЭУ, 2018. – 112 с.
166. Стахова, Л.В. Основы туризма: учебник для вузов / Л.В. Стахова. - Москва: Юрайт, 2023. - 327 с.
167. Степаненко Ю.В. Система стратегического планирования в Российской Федерации: учебное пособие / Ю.В. Степаненко. – М.: Проспект, 2021. – 192 с.
168. Степанова В.В. Оценка цифровых экосистем регионов России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 2. С. 73-90.
169. Столярова Е.Ю. Цифровая экосистема как конкурентное преимущество// Банкаўскі веснік. 2020. №7 С.20-28
170. Стратегия цифровой трансформации: написать, чтобы выполнить / Е. Г. Потапова, М. С. Шклярчук. - М.: РАНХиГС, 2021. -184 с.
171. Тинберген, Я. Математические модели экономического роста/Я. Тинберген. - М.: Прогресс, 1967. -121с.
172. Тихонова А.Д. К вопросу о развитии инновационных экосистем в современной экономике // Российский журнал инновационной экономики. 2019. Т. 9. № 4. С. 1383-1392.
173. Ткаченко, А.А. Территориальная общность в региональном развитии и управлении: монография/ А.А.Ткаченко.- Тверь: Изд-во Тверского государственного университета, 2015.-155 с.
174. Третьякова Е.А., Осипова М.Ю. Сочетание статического и динамического подходов в оценке устойчивого развития региональных социально-экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2016. № 2 (29). С. 79-92.
175. Уокер, Дж.Р. Введение в гостеприимство: учебное пособие / Джон Р Уокер. -М.: Юнити-Дана, 2017. – 735 с.

176. Ускова Т.В. Современные проблемы регионального развития и пути их решения // Проблемы развития территории. 2023. №1. С. 7–9.

177. Файоль, А. Учение об управлении. Доклад на Втором международном съезде по управлению: со вступ. очерком Ю. О. Любовича / Анри Файоль. - Рязань: Издательство, 1924 - 80 с.

178. Хазова Д.С. Качественное моделирование развития устойчивого туризма//Научные записки молодых исследователей. 2014. №4. С. 47-54.

179. Цехла С.Ю. Особенности оценки социальной эффективности туристической деятельности // Экономика Крыма. 2010. № 2 (31). С. 78–82.

180. Чёрная И.П. Региональная политика устойчивого развития: проблемы и особенности формирования и реализации в Российской Федерации // Менеджмент в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 76-83.

181. Чудновский А.Д. Внутренний туризм в России: состояние и перспективы развития: учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — Москва: Русайнс, 2022. -178 с.

182. Чигарев Д.В. Совершенствование механизма управления туристскими услугами в условиях овертуризма: дис. ...канд.экон.наук: 5.2.3 /Чигарев Дмитрий Валерьевич.-Сочи, 2023.-169 с.

183. Шукшин С.И. Теоретико-управленческие основы интеграционных процессов в сфере туризма // Журнал правовых и экономических исследований, 2022, №4. С. 47–55.

184. Шерешева М.Ю. Необходимость системного подхода к развитию российских туристских дестинаций в условиях растущей угрозы овертуризма / М.Ю. Шерешева, Е.Е. Полянская, М.С. Оборин // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т.13. №4. С. 74-85.

185. Шкарупета Е.В., Дударева О.В., Нетяга Н.Н. Развитие экосистем на основе платформенной концепции // Стратегическое управление развитием цифровой экономики на основе умных технологий. 2021. С. 424-442.

186. Экономика и управление в сфере туризма: учебное пособие / Г.А. Карпова. – СПб.: Изд-во С-Пб. гос. ун-та экономики и финансов, 1997, - 128 с.

187. Юванен Е.И. Оценка социально-экономической эффективности внутреннего туризма в регионе: (на примере Приморского края): дис. ... канд.экон. наук: 08.00.05 / Юванен Елена Ильинична. - Владивосток, 2006. - 165 с.

Электронные ресурсы

188. Аналитическая записка об итогах социально-экономического развития муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края за 2021 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sochi.ru/zhizn-goroda/ekonomika/sots-ekon-razv-sochi/> свободный. – (дата обращения: 08.06.2022).

189. Внутренний туризм: курс на расширение! [Электронный ресурс]. // Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vnutrennij-turizm-kurs-narasshirenie> свободный. – (дата обращения 21.08.2022).

190. Всемирный банк (World Bank) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org> свободный. – (дата обращения 11.07.2023)

191. Всё о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]/ – Режим доступа:// www.tourlib.net/ свободный . – (дата обращения 17.03.2022)

192. Государство. Бизнес. IT. TADVISER. [Электронный ресурс].Режим доступа: <http://www.tadvis-er.ru/index.php/HRM>. свободный . – (дата обращения: 21.05.2022).

193. Законы и кодексы РФ [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru/statia209/> свободный. –(дата обращения 28.11.2022)

194. Нацпроект «Цифровая экономика» в цифрах и фактах [Электронный ресурс].Режим доступа:

<https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=133614> . свободный. – (дата обращения 12.02.2023).

195. Основные показатели деятельности санаторно-курортных организаций [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/kvart-sanat-tur.html> свободный. – (дата обращения: 11.11.2022).

196. Официальный сайт Ассоциации Туроператоров России (АТОР) [Электронный ресурс] / – Режим доступа:// www.atorus.ru свободный. – (дата обращения 21.09.2021)

197. Предприятия сферы туризма впервые вошли в список системообразующих организаций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/16809> свободный. – (дата обращения: 11.06.2022).

198. Статистические показатели, характеризующие развитие туристской отрасли в Российской Федерации за 2022 год. [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii/> свободный. – (дата обращения: 03.11.2022).

199. Тюрин, В. Семь факторов развития цифровых платформ. [Электронный ресурс] / В.Тюрин // Цифровая трансформация.2017 - Режим доступа:https://www.itweek.ru/idea/article/detail_print.php?ID=195765&print=Y . свободный . – (дата обращения 17.05.2022).

200. Цифровизация: основные термины. [Электронный ресурс]/ О.А. Пикулева// Электронный справочник. Режим доступа: <https://freedocs.xyz/docx-461882302> . свободный. – (дата обращения 27.05.2022).

201. Цифровые платформы. Подходы к определению и типизации [Электронный ресурс] / Центр компетенций направления «Информационная инфраструктура» программы «Цифровая экономика РФ» компании

«Ростелеком». 2018. Режим доступа: http://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf свободный– (дата обращения 17.02.2023).

202. Экосистемы: подходы к регулированию. Доклад для общественных консультаций Банка России. 2021. Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf свободный. – (дата обращения: 14.08.2022).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Туризм в мировой экономике

(по данным ежегодного исследования Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) с участием экспертов Oxford Economics за 2023 год.)

Показатели	2022 г., (млрд. доллары США)	2022 г., в % от общего числа	2023 г., (млрд. доллары США)	2023 г. к 2022 г., прирост с учетом инфляции в %	2033 г., (млрд. доллары США) Прогнозное значение	2033 г., в % от общего числа Прогнозное значение
Вклад сферы туризма в мировой ВВП	7 682,5	7,6	9 472,5	23,3	15 510,9	11,6
Число рабочих мест в сфере туризма, млн. ед.	295,4	9,0	319,6	8,2	429,6	11,8
Экспорт туристических услуг	1 107,2	3,6	1 361,9	23,0	2 566,7	7,0
Расходы резидентов в пределах страны	3 990, 7	3,6	4 713,0	18,1	7 225,0	5,4
Расходы на путешествия с целью отпуска, досуга и отдыха (резиденты и иностранцы)	4 151,3	1,9	4 894,4	17,9	7 944,5	2,7
Расходы на путешествия с деловыми и профессиональными цели (резиденты и иностранцы)	946,6	0,4	1 180,4	24,7	1 847,7	0,6
Инвестиции в основной капитал в сфере туризма	855,9	3,2	954,3	11,5	1 726,7	5,0

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Вклад туризма в экономику России в 2018-2022 гг.

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в основных текущих ценах, %)	2,7	2,8	2,4	2,6	2,6
Объем услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопутствующих им услуг, млрд. руб.	172,1	179,8	91,9	149,8	217,6
<i>в % от общего объема платных услуг</i>	1,7	1,8	0,9	1,5	2,2
Объем услуг санаторно-курортных организаций, млрд. руб.	129,1	133,9	101,9	150,7	188,9
<i>в % от общего объема платных услуг</i>	1,3	1,4	1,0	1,5	1,9
Объем услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья, млрд. руб.	255,7	247,7	183,4	284,5	350,2
<i>в % от общего объема платных услуг</i>	2,6	2,5	1,9	2,9	3,5

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Туризм в России в I и II кварталах 2023 года

Показатели	I квартал 2023 г.	II квартал 2023 г.	Прирост I квартал 2023 г. к I кварталу 2022 г., в %	Прирост II квартал 2023 г. ко II кварталу 2022 г., в %	Прирост II квартал 2023 г. к I кварталу 2023 г., в %
Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. чел.	15 279,0	19 768,9	20,7	10,3	29,4
Численность лиц, размещенных в санаторно-курортных организациях, тыс. чел.	1 307,0	1 660,9	19,8	3,3	27,1
Число въездных туристских поездок, тыс.	1 416,3	2 015,2	0,1	-9,9	42,3
Число выездных туристских поездок, тыс.	4 497,1	6 327,7	32,9	38,1	40,7
Объем услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопутствующих им услуг, млрд. руб.	52,5	69,4	27,9	35,7	32,3
Объем услуг санаторно-курортных организаций, млрд. руб.	35,1	50,2	19,1	10,8	43,1
Объем услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья, млрд. руб.	84,5	94,4	12,9	18,2	11,7

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

**Динамика основных абсолютных показателей туристской индустрии
в 2018–2022 гг.**

Показатели	2018 г	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. по отношению к 2021г	2022 г. по отношению к 2018 г.
Валовая добавленная стоимость туристской индустрии в основных текущих ценах, млрд. руб.	2490,8	2789,9	2324,9	3169,8	3623,1	453,3	1132,3
Средняя численность работников в сфере туризма, тыс. человек	1166,4	1179,7	1146,4	1161,9	1137,2	-24,7	-29,2
Инвестиции в основной капитал в сфере туризма, млрд. руб.	348,9	359,5	350,4	386,2	593,2	207,0	244,3
Экспорт услуг по статье «Поездки», млрд. долл.	11,6	11,0	3,9	4,0	5,5	1,5	-6,1

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

**Численность граждан Российской Федерации, размещенных в
коллективных средствах размещения (тыс. человек)**

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Российская Федерация	48 339	53 534	60 921	65 186	45 223	63 644
Центральный федеральный округ	15 229	16 271	19 207	21 075	13 529	18 249
Белгородская область	233	272	301	314	209	309
Брянская область	171	198	224	221	137	202
Владимирская область	573	521	543	582	362	591
Воронежская область	582	637	647	645	488	759
Ивановская область	222	244	244	258	141	219
Калужская область	434	505	606	571	403	536
Костромская область	238	264	283	293	270	326
Курская область	195	192	187	200	132	188
Липецкая область	172	191	223	261	208	260
Московская область	3 261	3 184	3 744	4 586	2 907	4 355
Орловская область	106	110	123	125	86	117
Рязанская область	331	396	349	392	318	421
Смоленская область	201	210	210	227	141	191
Тамбовская область	138	171	192	179	123	181
Тверская область	409	517	531	556	479	656
Тульская область	297	336	401	458	301	406
Ярославская область	622	710	717	820	592	840
Город Москва столица Российской Федерации город федерального значения	7 044	7 612	9 682	10 388	6 233	7 690
Северо-Западный федеральный округ	5 612	6 912	7 750	7 890	5 973	8 750
Республика Карелия	379	376	423	435	381	558
Республика Коми	208	193	206	228	142	191
Архангельская область	275	265	302	347	202	338
Ненецкий автономный округ (Архангельская область)	12	7	9	13	8	12
Архангельская область (кроме Ненецкого автономного округа)	263	257	293	334	194	326
Вологодская область	374	446	494	468	279	368
Калининградская область	461	481	543	556	515	821
Ленинградская область	603	682	985	1 062	953	1 238
Мурманская область	214	266	262	264	226	336
Новгородская область	281	279	296	306	247	323
Псковская область	318	347	341	388	249	360
Город Санкт-Петербург город федерального значения	2 498	3 577	3 898	3 836	2 777	4 217
Южный федеральный округ (с 29.07.2016)	9 205	10 160	12 191	12 929	9 922	13 006
Республика Адыгея (Адыгея)	91	107	114	142	111	208
Республика Калмыкия	31	34	38	43	26	41
Республика Крым	1 625	1 528	2 029	2 309	1 916	2 450
Краснодарский край	5 663	6 451	7 821	8 070	6 222	7 969
Астраханская область	247	252	223	248	197	292
Волгоградская область	557	590	692	686	484	720
Ростовская область	869	1 023	1 111	1 198	815	1 111
Город федерального значения Севастополь	122	174	162	232	152	214
Северо-Кавказский федеральный округ	1 369	1 393	1 584	1 678	1 168	1 856
Республика Дагестан	138	114	184	165	122	142
Республика Ингушетия	3	7	10	8	13	23
Кабардино-Балкарская Республика	105	117	120	154	92	164
Карачаево-Черкесская Республика	114	99	102	104	89	152
Республика Северная Осетия-Алания	41	51	68	84	88	172

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Чеченская Республика	31	47	66	92	111	135
Ставропольский край	938	957	1 034	1 071	653	1 068
Приволжский федеральный округ	7 166	7 975	8 466	9 220	6 104	9 216
Республика Башкортостан	989	1 088	1 145	1 239	884	1 376
Республика Марий Эл	124	125	134	138	78	123
Республика Мордовия	100	114	126	147	81	129
Республика Татарстан (Татарстан)	1 796	2 007	2 117	2 228	1 424	2 088
Удмуртская Республика	263	280	351	403	269	381
Чувашская Республика - Чувашия	262	275	269	301	187	311
Пермский край	642	637	711	737	479	716
Кировская область	294	280	305	314	212	331
Нижегородская область	943	1 027	1 090	1 203	737	1 405
Оренбургская область	330	359	359	391	233	334
Пензенская область	196	209	200	288	192	240
Самарская область	662	840	921	970	707	894
Саратовская область	327	428	391	476	346	538
Ульяновская область	237	306	346	387	274	350
Уральский федеральный округ	3 382	3 639	4 029	4 292	2 803	4 169
Курганская область	160	138	152	170	114	158
Свердловская область	1 233	1 241	1 418	1 533	952	1 507
Тюменская область	1 202	1 360	1 505	1 624	1 079	1 472
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра (Тюменская область)	518	573	588	563	358	473
Ямало-Ненецкий автономный округ (Тюменская область)	136	151	159	204	157	188
Тюменская область (кроме Ханты-Мансийского автономного округа-Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа)	548	635	758	858	565	811
Челябинская область	786	901	954	965	658	1 031
Сибирский федеральный округ	4 349	4 834	4 831	4 993	3 458	5 265
Республика Алтай	206	162	196	223	149	277
Республика Тыва	31	35	36	39	34	39
Республика Хакасия	97	111	164	184	108	129
Алтайский край	591	675	669	703	489	700
Красноярский край	646	611	731	808	528	882
Иркутская область	597	631	724	735	555	862
Кемеровская область - Кузбасс	429	541	572	572	384	678
Новосибирская область	716	823	983	1 030	763	1 052
Омская область	338	493	519	479	325	444
Томская область	213	212	237	220	122	201
Дальневосточный федеральный округ	2 027	2 351	2 862	3 108	2 265	3 133
Республика Бурятия	294	345	331	358	273	407
Забайкальский край	191	196	208	239	198	273
Республика Саха (Якутия)	173	186	190	194	112	189
Камчатский край	110	137	150	153	116	142
Приморский край	647	808	824	926	604	986
Хабаровский край	542	537	541	571	426	504
Амурская область	281	330	308	310	244	279
Магаданская область	70	62	57	67	61	83
Сахалинская область	163	246	203	228	188	204
Еврейская автономная область	29	28	36	35	26	36
Чукотский автономный округ	13	18	14	27	16	31

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Число коллективных средств размещения (единица, значение показателя за год)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Российская Федерация	20 534	25 292	28 074	28 302	615	28 979
Центральный федеральный округ	3 836	4 355	4 775	4 921	4 617	4 981
Белгородская область	144	171	177	185	186	182
Брянская область	82	107	119	124	134	141
Владимирская область	198	239	241	246	246	247
Воронежская область	218	254	254	250	253	269
Ивановская область	78	102	110	111	106	151
Калужская область	175	183	187	197	198	201
Костромская область	87	90	116	108	113	118
Курская область	112	135	134	131	132	125
Липецкая область	91	117	133	131	138	146
Московская область	571	568	605	713	730	908
Орловская область	60	72	76	75	86	88
Рязанская область	143	153	156	164	168	161
Смоленская область	110	121	125	139	156	162
Тамбовская область	89	100	123	121	119	125
Тверская область	194	238	248	264	275	294
Тульская область	153	179	175	186	186	192
Ярославская область	161	203	203	228	221	221
Город Москва столица Российской Федерации город федерального значения	1 170	1 323	1 593	1 548	1 170	1 250
Северо-Западный федеральный округ	1 970	2 543	2 914	2 939	2 731	2 958
Республика Карелия	198	213	238	240	243	293
Республика Коми	134	139	131	128	116	136
Архангельская область	152	150	173	186	171	206
Ненецкий автономный округ (Архангельская область)	7	5	7	8	8	10
Архангельская область (кроме Ненецкого автономного округа)	145	145	166	178	163	196
Вологодская область	210	266	291	274	260	265
Калининградская область	209	221	248	249	253	291
Ленинградская область	212	272	339	372	346	424
Мурманская область	117	197	179	163	184	188
Новгородская область	119	124	132	134	143	135
Псковская область	111	116	126	141	143	138
Город Санкт-Петербург город федерального значения	508	845	1 057	1 052	872	882
Южный федеральный округ (с 29.07.2016)	5 616	7 480	8 871	8 780	8 198	8 678
Республика Адыгея (Адыгея)	53	71	84	102	90	88
Республика Калмыкия	39	45	48	50	37	44
Республика Крым	1 134	1 257	1 312	1 320	1 490	1 630
Краснодарский край	3 106	4 641	5 883	5 759	5 124	5 404
Астраханская область	265	334	331	321	335	328
Волгоградская область	381	433	459	464	445	459
Ростовская область	525	568	633	626	524	532
Город федерального значения Севастополь	113	131	121	138	153	193
Северо-Кавказский федеральный округ	689	791	883	952	992	1 039
Республика Дагестан	78	88	106	138	135	138
Республика Ингушетия	3	4	5	5	7	9
Кабардино-Балкарская Республика	102	113	132	146	150	167
Карачаево-Черкесская Республика	71	86	86	90	95	103

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Республика Северная Осетия-Алания	28	41	47	55	61	68
Чеченская Республика	19	29	42	46	56	60
Ставропольский край	388	430	465	472	488	494
Приволжский федеральный округ	3 037	3 951	4 122	4 157	4 169	4 199
Республика Башкортостан	374	534	542	537	591	586
Республика Марий Эл	62	83	88	92	85	82
Республика Мордовия	60	70	85	79	72	84
Республика Татарстан (Татарстан)	392	547	612	585	539	496
Удмуртская Республика	153	175	178	184	201	200
Чувашская Республика - Чувашия	120	163	158	162	158	154
Пермский край	356	434	411	399	438	468
Кировская область	175	192	213	213	207	220
Нижегородская область	417	486	517	526	513	518
Оренбургская область	203	264	276	273	264	259
Пензенская область	93	119	119	159	138	155
Самарская область	324	423	455	475	473	468
Саратовская область	208	317	322	332	329	359
Ульяновская область	100	144	146	141	161	150
Уральский федеральный округ	1 430	1 615	1 696	1 688	1 701	1 820
Курганская область	94	112	126	130	123	111
Свердловская область	432	477	538	516	524	551
Тюменская область	531	577	594	597	595	627
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра (Тюменская область)	251	273	275	235	231	230
Ямало-Ненецкий автономный округ (Тюменская область)	89	93	100	103	104	105
Тюменская область (кроме Ханты-Мансийского автономного округа-Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа)	191	211	219	259	260	292
Челябинская область	373	449	438	445	459	531
Сибирский федеральный округ	2 670	3 147	2 792	2 793	2 806	3 021
Республика Алтай	199	223	229	256	263	288
Республика Тыва	42	45	61	65	76	88
Республика Хакасия	82	91	110	99	86	107
Алтайский край	351	512	515	520	527	517
Красноярский край	325	370	418	420	408	458
Иркутская область	282	332	374	390	395	497
Кемеровская область - Кузбасс	275	323	330	324	306	312
Новосибирская область	243	335	351	339	343	352
Омская область	215	181	210	195	237	236
Томская область	163	165	194	185	165	166
Дальневосточный федеральный округ	1 286	1 410	2 021	2 072	2 114	2 283
Республика Бурятия	342	414	379	385	365	457
Забайкальский край	151	156	162	186	186	193
Республика Саха (Якутия)	192	195	211	218	206	249
Камчатский край	86	108	109	106	100	111
Приморский край	458	465	502	511	618	660
Хабаровский край	232	235	236	269	237	232
Амурская область	159	202	204	172	184	192
Магаданская область	30	30	30	30	26	29
Сахалинская область	87	113	115	118	114	108
Еврейская автономная область	19	26	31	29	30	28
Чукотский автономный округ	23	36	42	48	48	24

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

**Доходы коллективного средства размещения от предоставляемых услуг
без НДС, акцизов и аналогичных платежей (млрд. рублей)**

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Российская Федерация	419,48	485,16	566,26	599,63	376,5	599,3	714,35
Центральный федеральный округ	120,41	161,37	198,84	209,21	88,33	143,12	169,68
Белгородская область	1,31	1,53	1,56	1,74	1,36	2,02	2,2
Брянская область	0,86	0,97	1,1	1,11	0,86	1,42	1,68
Владимирская область	2,6	2,74	2,85	2,93	1,75	3,55	4,71
Воронежская область	2,82	2,79	2,94	3,1	2,01	3,11	4,11
Ивановская область	1,57	1,64	1,82	1,8	1,01	1,77	2,33
Калужская область	2,33	2,44	2,83	3,05	2,09	3,46	3,89
Костромская область	1,18	1,22	1,4	1,55	1,21	1,84	2,4
Курская область	0,93	0,96	0,98	1,07	0,82	1,22	1,49
Липецкая область	1,02	1,31	0,99	1,24	0,82	1,36	1,73
Московская область	21,86	23,11	27,72	37,25	21,59	35,47	44,76
Орловская область	0,63	0,65	0,7	0,72	0,36	0,64	0,8
Рязанская область	1,42	1,57	1,68	1,7	1,38	2,43	3,11
Смоленская область	1,01	0,92	0,95	1,	0,7	1,13	1,4
Тамбовская область	0,64	0,67	0,71	0,83	0,54	0,88	1,14
Тверская область	3,51	4,34	4,59	5,31	3,87	5,91	6,96
Тульская область	1,92	1,95	2,	2,33	1,54	2,37	3,73
Ярославская область	3,1	3,39	3,46	3,83	2,99	5,17	6,16
г. Москва	71,69	109,16	140,57	138,66	43,43	69,37	77,07
Северо-Западный федеральный округ	50,54	61,61	73,28	78,55	44,9	74,36	88,2
Республика Карелия	2,85	3,02	3,2	3,4	3,18	5,05	5,95
Республика Коми	1,08	1,	1,04	1,17	0,79	1,15	1,14
Архангельская область	1,79	1,93	2,	2,13	1,47	2,08	2,58
Ненецкий автономный округ (Архангельская область)	0,1	0,06	0,08	0,1	0,1	0,11	0,09
Архангельская область (кроме Ненецкого автономного округа)	1,69	1,87	1,92	2,03	1,37	1,98	2,49
Вологодская область	1,82	1,81	1,99	2,33	1,71	2,35	3,01
Калининградская область	3,34	3,28	3,96	4,44	3,73	6,84	7,72
Ленинградская область	2,86	3,52	7,2	8,12	5,26	7,6	10,15
Мурманская область	1,9	2,36	2,48	2,85	2,26	3,53	3,46
Новгородская область	2,12	2,14	2,22	2,21	1,6	2,4	3,31
Псковская область	1,57	1,65	1,85	1,94	1,44	2,11	2,91
Г. Санкт-Петербург	31,23	40,89	47,34	49,97	23,45	41,24	47,98
Южный федеральный округ (с 29.07.2016)	108,76	113,93	130,41	139,38	121,43	190,38	218,43
Республика Адыгея	0,45	0,54	0,63	0,72	0,66	1,24	1,43
Республика Калмыкия	0,05	0,07	0,08	0,1	0,1	0,16	0,21
Республика Крым	22,86	23,06	28,74	32,25	33,89	51,03	35,88
Краснодарский край	75,96	80,67	89,38	94,54	77,24	122,89	163,53
Астраханская область	1,83	2,01	2,14	2,45	2,23	3,24	3,81
Волгоградская область	2,48	2,25	3,09	2,81	1,9	3,29	3,77
Ростовская область	4,03	4,13	4,87	4,95	3,68	5,94	8,03
Севастополь	1,09	1,21	1,48	1,57	1,73	2,59	1,75
Северо-Кавказский федеральный округ	24,78	24,38	26,4	27,86	18,23	33,35	45,06
Республика Дагестан	0,69	0,59	0,94	0,79	0,63	1,52	1,95
Республика Ингушетия	0,04	0,07	0,11	0,07	0,07	0,13	0,19
Кабардино-Балкарская Республика	1,05	1,03	1,15	1,35	0,87	1,51	2,24
Карачаево-Черкесская Республика	0,42	0,42	0,49	0,59	0,53	0,89	1,78
Республика Северная Осетия - Алания	0,4	0,42	0,48	0,55	0,4	0,95	1,37
Чеченская Республика	0,27	0,55	0,61	0,64	0,46	0,74	0,99
Ставропольский край	21,9	21,29	22,61	23,85	15,27	27,62	36,53

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Приволжский федеральный округ	46,85	50,78	57,46	58,21	38,95	61,77	78,97
Республика Башкортостан	8,71	9,13	9,54	9,84	8,12	10,53	12,45
Республика Марий Эл	0,69	0,65	0,71	0,75	0,35	0,74	1,04
Республика Мордовия	0,55	0,63	1,02	0,8	0,54	0,87	1,11
Республика Татарстан	10,	11,21	12,43	12,69	7,99	13,12	17,64
Удмуртская Республика	2,16	2,25	2,47	2,56	2,	2,78	3,58
Чувашская Республика	1,5	1,57	1,58	1,7	1,02	1,96	2,6
Пермский край	5,09	5,31	5,81	5,81	3,68	6,08	7,77
Кировская область	2,29	1,82	2,11	2,18	1,47	2,25	2,95
Нижегородская область	4,6	5,28	6,26	7,4	3,76	7,74	10,52
Оренбургская область	1,61	1,91	1,96	2,17	1,36	1,91	2,54
Пензенская область	1,19	1,27	1,39	1,52	0,91	1,42	1,82
Самарская область	5,22	5,68	8,	6,43	5,08	7,12	8,9
Саратовская область	1,71	2,19	2,32	2,44	1,4	3,1	3,55
Ульяновская область	1,54	1,88	1,86	1,91	1,28	2,15	2,52
Уральский федеральный округ	23,17	25,02	27,84	29,17	21,83	30,28	36,27
Курганская область	1,01	0,88	0,99	1,03	0,62	0,95	1,29
Свердловская область	7,74	8,65	10,03	10,38	6,3	10,39	12,27
Тюменская область	9,62	10,02	10,93	11,49	10,38	11,53	13,3
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра (Тюменская область)	3,63	3,8	3,66	3,87	2,89	2,92	3,49
Ямало-Ненецкий автономный округ (Тюменская область)	1,03	1,	1,12	1,39	1,72	1,73	1,39
Тюменская область (кроме Ханты-Мансийского автономного округа-Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа)	4,96	5,22	6,15	6,24	5,77	6,88	8,41
Челябинская область	4,8	5,47	5,9	6,27	4,52	7,4	9,41
Сибирский федеральный округ	30,59	32,93	32,61	35,44	26,96	43,47	52,1
Республика Алтай	1,17	1,05	1,24	1,49	1,6	3,07	4,49
Республика Тыва	0,13	0,15	0,15	0,15	0,11	0,18	0,35
Республика Хакасия	0,82	0,79	0,82	0,91	0,6	0,78	1,28
Алтайский край	7,14	7,57	7,6	7,92	5,73	9,76	12,59
Красноярский край	3,4	3,79	4,51	4,96	4,1	6,09	6,68
Иркутская область	3,9	4,19	4,63	5,34	4,39	6,88	7,
Кемеровская область	3,54	3,93	4,24	4,15	2,65	4,68	5,77
Новосибирская область	4,65	5,52	5,85	6,45	4,75	8,07	9,17
Омская область	2,42	2,41	2,45	2,52	1,94	2,69	3,28
Томская область	1,17	1,17	1,1	1,55	1,1	1,27	1,5
Дальневосточный федеральный округ	14,36	15,15	19,41	21,81	15,87	22,58	25,64
Республика Бурятия	1,38	1,46	1,4	1,59	1,21	2,01	2,71
Забайкальский край	0,87	0,9	0,99	1,17	0,8	1,3	1,49
Республика Саха (Якутия)	1,	1,04	1,04	1,1	1,01	1,21	1,42
Камчатский край	1,02	1,07	1,14	1,31	1,1	1,5	1,91
Приморский край	5,49	5,85	7,11	8,46	4,01	6,78	8,43
Хабаровский край	3,13	2,89	3,06	3,06	2,38	3,21	3,74
Амурская область	1,17	1,21	1,45	1,48	1,7	2,33	1,98
Магаданская область	0,4	0,43	0,4	0,53	0,51	0,69	0,55
Сахалинская область	1,72	2,26	2,32	2,62	2,72	2,98	2,8
Еврейская автономная область	0,29	0,26	0,33	0,33	0,28	0,38	0,42
Чукотский автономный округ	0,14	0,14	0,16	0,17	0,15	0,19	0,19

**ПЕРЕЧЕНЬ
ТУРИСТСКИХ МАКРОТЕРРИТОРИЙ И ВХОДЯЩИХ В НИХ СУБЪЕКТОВ
С УЧЕТОМ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Туристская макротерритория		Субъекты Российской Федерации в каждой туристской макротерритории
1.	Большое Золотое кольцо	Владимирская область Ивановская область Калужская область Костромская область Московская область Рязанская область Смоленская область Тверская область Тульская область Ярославская область
2.	Западный Юг России	Республика Крым г. Севастополь
3.	Дальний Восток	Камчатский край Приморский край Сахалинская область
4.	Восточный Юг России	Республика Адыгея Краснодарский край Ростовская область
5.	Из г. Москвы в г. Санкт-Петербург	Республика Карелия Ленинградская область Московская область Новгородская область Псковская область Тверская область г. Москва г. Санкт-Петербург
6.	Большой Урал	Республика Башкортостан Пермский край

Туристская макротерритория		Субъекты Российской Федерации в каждой туристской макротерритории
		Свердловская область Челябинская область
7.	Большая Волга	Республика Марий Эл Республика Татарстан Чувашская Республика Астраханская область Волгоградская область Ивановская область Костромская область Нижегородская область Самарская область Саратовская область Тверская область Ульяновская область Ярославская область
8.	Русский Север и Арктика	Республика Карелия Архангельская область Вологодская область Мурманская область
9.	Большой Алтай	Республика Алтай Алтайский край Кемеровская область
10.	Большой Кавказ	Республика Дагестан Республика Ингушетия Кабардино-Балкарская Республика Карачаево-Черкесская Республика Республика Северная Осетия - Алания Ставропольский край Чеченская Республика
11.	Русская Балтика	Калининградская область
12.	Байкал	Республика Бурятия Иркутская область

ПРИЛОЖЕНИЕ 9

DATA–профиль оценки степени готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям²⁸

Аналитический блок	Нормализованные значения РФ			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Республика Карелия			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Краснодарский край			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Калининградская область			Нормализованные значения субъекты сферы туризма Алтайский край		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Социально-экономический потенциал инновационной деятельности	2,86	2,97	3,17	1,73	1,80	1,94	2,73	2,84	3,04	1,79	1,86	2,00	2,14	2,23	2,39	1,67	1,73	1,86
Научно-технический потенциал	3,81	3,95	4,25	2,25	2,34	2,52	3,59	3,73	4,02	2,22	2,30	2,48	2,43	2,53	2,72	2,22	2,31	2,49
Техника, технологии и инновационная деятельность	2,95	2,88	3,17	1,45	1,41	1,56	2,36	2,31	2,54	1,49	1,46	1,61	1,67	1,63	1,80	1,47	1,44	1,59
Итоговая оценка	9,62	9,80	10,59	5,43	5,55	6,01	8,68	8,88	9,61	5,50	5,63	6,09	6,24	6,38	6,91	5,37	5,48	5,94

²⁸ Зеленым цветом обозначен высокий уровень (высокая готовность)

Желтым цветом обозначен недостаточный уровень готовности

Красным цветом обозначен слабый уровень готовности

ПРИЛОЖЕНИЕ 10

Статистический набор показателей, необходимых для анализа степени готовности субъектов внутреннего туризма к цифровым трансформациям

Показатель	Ед. измерения	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
Социально-экономический потенциал цифровизации	Наличие доступа к интернету населения региона	% от общего количества населения региона	73,2	73,6	77,0	36,0	36,2	37,8	58,6	59,0	61,7	37,1	37,3	39,0	41,4	41,7	43,6	36,6	36,8	38,5
	Использование населением региона мобильных приложений	% от общего количества населения в возрасте 15–74 лет	68,8	72,6	76,7	33,8	35,7	37,7	55,1	58,2	61,5	34,9	36,8	38,9	39,0	41,1	43,4	34,4	36,3	38,4
	Индекс ВШЭ «Социально-экономические условия инновационной деятельности»		0,4	0,4	0,5	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4
	Итого СЭП		142,4	146,6	154,2	70,1	72,2	75,9	114,3	117,7	123,8	72,3	74,5	78,3	80,9	83,3	87,6	71,4	73,5	77,3
Научно-технический потенциал цифровизации	Количество населения, которые имеют базовый или выше базового уровень цифровых навыков	Количество чел., в расчете на 100 чел.	64,5	68,1	78,3	31,7	33,5	38,5	51,7	54,6	62,7	32,7	34,5	39,7	36,5	38,6	44,3	32,3	34,1	39,2

Показатель	Ед. измерения	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
Наличие IP – технологий в организациях туристского бизнеса	% от общего количества организаций туристского бизнеса	78,9	79,3	81,5	38,8	39,0	40,0	63,2	63,5	65,3	40,0	40,2	41,3	44,7	44,9	46,1	39,5	39,7	40,8	
		62,2	64,8	66,4	30,6	31,8	32,6	49,8	51,9	53,2	31,5	32,8	33,6	35,2	36,7	37,6	31,1	32,4	33,2	
		0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	
		Итого НТП	206,0	212,6	226,6	101,3	104,6	111,5	165,2	170,5	181,8	104,5	107,8	114,9	116,7	120,5	128,4	103,2	106,5	113,6
Техника, технологии и инновационная деятельность	Наличие программного обеспечения в области решения социально-экономических задач в разрезе основных	%от общего числа организаций туристского бизнеса	50,9	50,0	51,4	25,0	24,6	25,2	40,8	40,1	41,2	25,8	25,3	26,0	28,8	28,3	29,1	25,5	25,0	25,7

Показатель	Ед. измерения	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
бизнес-процессов организаций сферы туризма.																				
Программные средства автоматизации процессов анализа и контроля защищенности компьютерных систем	% от общего количества организаций туристского бизнеса	29,0	29,0	35,3	14,2	14,2	17,3	23,2	23,2	28,3	14,7	14,7	17,9	16,4	16,4	20,0	14,5	14,5	17,7	
Наличие мобильных приложений, сервисов и информационных порталов.	% от общего количества организаций туристского бизнеса	45,4	43,2	46,0	22,3	21,2	22,6	36,4	34,6	36,9	23,0	21,9	23,3	25,7	24,5	26,0	22,7	21,6	23,0	
Индекс ВШЭ «Инновационная деятельность»		0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,6	0,6	0,7	0,3	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4	0,5	
Итого ТИД		125,3	122,2	132,7	61,6	60,0	65,2	100,4	97,9	106,3	63,5	61,9	67,2	70,9	69,2	75,1	62,7	61,2	66,4	
Итоговая оценка		473,7	481,4	513,5	233,0	236,8	252,6	379,9	386,1	411,9	240,2	244,2	260,5	268,5	272,9	291,1	237,3	241,2	257,2	

Нормализованные значения показателей функциональных блоков

Показатель		Ед. изм.	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край		
			2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Социально-экономический потенциал цифровизации	Наличие доступа к интернету населения региона	% от общего количества населения региона	0,98	0,99	1,03	0,48	0,48	0,51	0,79	0,79	0,83	0,50	0,50	0,52	0,56	0,56	0,58	0,49	0,49	0,52
	Использование населением региона мобильных приложений	% от общего количества населения региона в возрасте 15–74 лет	0,95	1,00	1,06	0,46	0,49	0,52	0,76	0,80	0,85	0,48	0,51	0,53	0,54	0,57	0,60	0,47	0,50	0,53
	Индекс ВШЭ «Социально-экономические условия инновационной деятельности»		0,94	0,98	1,08	0,79	0,83	0,91	1,19	1,25	1,37	0,82	0,86	0,94	1,05	1,10	1,21	0,70	0,74	0,81
	Итого СЭП		2,86	2,97	3,17	1,73	1,80	1,94	2,73	2,84	3,04	1,79	1,86	2,00	2,14	2,23	2,39	1,67	1,73	1,86
Научно-технический потенциал	Количество населения, которые имеют базовый или выше базового уровень цифровых навыков	Количество чел., в расчете на 100 чел.	0,92	0,97	1,11	0,45	0,48	0,55	0,74	0,78	0,89	0,46	0,49	0,56	0,52	0,55	0,63	0,46	0,48	0,56

Показатель	Ед. изм.	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край		
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Наличие IP – в организациях туристского бизнеса	% от общего количества организаций туристского бизнеса	0,99	0,99	1,02	0,49	0,49	0,50	0,79	0,80	0,82	0,50	0,50	0,52	0,56	0,56	0,58	0,49	0,50	0,51
		0,96	1,01	1,03	0,47	0,49	0,51	0,77	0,81	0,83	0,49	0,51	0,52	0,55	0,57	0,58	0,48	0,50	0,52
		0,94	0,98	1,08	0,84	0,88	0,97	1,29	1,35	1,49	0,76	0,80	0,88	0,81	0,85	0,93	0,79	0,83	0,91
		3,81	3,95	4,25	2,25	2,34	2,52	3,59	3,73	4,02	2,22	2,30	2,48	2,43	2,53	2,72	2,22	2,31	2,49
Итого НТП																			
Наличие программного обеспечения в области решения социально-экономических задач в разрезе основных бизнес-процессов	%от общего числа организаций туристского бизнеса	1,00	0,98	1,01	0,49	0,48	0,50	0,80	0,79	0,81	0,51	0,50	0,51	0,57	0,56	0,57	0,50	0,49	0,51

Показатель	Ед. изм.	Субъекты сферы туризма РФ			Субъекты сферы туризма Республика Карелия			Субъекты сферы туризма Санкт-Петербург			Субъекты сферы туризма Краснодарский край			Субъекты сферы туризма Калининградская область			Субъекты сферы туризма Алтайский край			
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	
организаций сферы туризма.																				
Программные средства автоматизации процессов анализа и контроля защищенности компьютерных систем	% от общего количества организаций туристского бизнеса	0,93	0,93	1,14	0,46	0,46	0,56	0,75	0,75	0,91	0,47	0,47	0,58	0,53	0,53	0,64	0,47	0,47	0,57	
Наличие мобильных приложений, сервисов и информационных порталов.	% от общего количества организаций туристского бизнеса	1,01	0,96	1,03	0,50	0,47	0,50	0,81	0,77	0,82	0,51	0,49	0,52	0,57	0,55	0,58	0,51	0,48	0,51	
Индекс ВШЭ «Инновационная деятельность»		0,94	0,98	1,08	0,71	0,75	0,82	1,60	1,68	1,85	0,93	0,98	1,08	0,50	0,52	0,57	1,16	1,22	1,35	
Итого ТИД		2,95	2,88	3,17	1,45	1,41	1,56	2,36	2,31	2,54	1,49	1,46	1,61	1,67	1,63	1,80	1,47	1,44	1,59	
Итоговая оценка		9,62	9,80	10,59	5,43	5,55	6,01	8,68	8,88	9,61	5,50	5,63	6,09	6,24	6,38	6,91	5,37	5,48	5,94	

Итоговые нормализованные значения показателей субъектов внутреннего туризма

Функциональные блоки	Нормализованные значения показателей по РФ			Нормализованные значения показателей по Республике Карелия			Нормализованные значения показателей по Санкт-Петербургу			Нормализованные значения показателей по Краснодарскому краю			Нормализованные значения показателей по Калининградской области			Нормализованные значения показателей по Алтайскому краю		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Социально-экономический потенциал инновационной деятельности	2,86	2,97	3,17	1,73	1,80	1,94	2,73	2,84	3,04	1,79	1,86	2,00	2,14	2,23	2,39	1,67	1,73	1,86
Научно-технический потенциал	3,81	3,95	4,25	2,25	2,34	2,52	3,59	3,73	4,02	2,22	2,30	2,48	2,43	2,53	2,72	2,22	2,31	2,49
Техника, технологии и инновационная деятельность	2,95	2,88	3,17	1,45	1,41	1,56	2,36	2,31	2,54	1,49	1,46	1,61	1,67	1,63	1,80	1,47	1,44	1,59
Итоговая оценка	9,62	9,80	10,59	5,43	5,55	6,01	8,68	8,88	9,61	5,50	5,63	6,09	6,24	6,38	6,91	5,37	5,48	5,94

