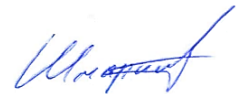


На правах рукописи



ШМАРКОВ МИХАИЛ СЕРГЕЕВИЧ

**ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА
ТУРИСТСКИХ УСЛУГ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

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

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Симферополь – 2026

Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Научный консультант: **Цёхла Светлана Юрьевна**
доктор экономических наук, профессор

Официальные
оппоненты: **Константиниди Христофор Александрович**
доктор экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», заведующий кафедрой туризма и сервиса

Воробей Елена Константиновна
доктор экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», профессор кафедры инновационных технологий в экономике и управлении

Шнорр Жанна Павловна
доктор экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», профессор кафедры бизнеса в сфере услуг

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Защита состоится «29» июня 2026 года в 09-00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.318.09 на базе ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» по адресу: 295007, г. Симферополь, просп. Академика Вернадского, 4, зал заседаний Ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» по адресу: 295007, г. Симферополь, просп. Академика Вернадского, 4, а также на сайте организации <http://www.cfuv.ru>.

Автореферат разослан «__» _____ 2026 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
к.э.н., доцент


А.И. Карлова

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современных условиях туризм выступает важной сферой экономической деятельности, которая не только удовлетворяет потребности людей в отдыхе, путешествиях, культурном общении, впечатлениях и обеспечивает доходы отраслевой деятельности, но и ускоряет экономический рост, улучшает социальную сферу, способствует развитию территорий и укреплению экономики страны.

В России наблюдаются позитивные показатели туристской активности в последние годы, которые были обусловлены устойчивым ростом внутренних поездок, и, по данным Министерства экономического развития Российской Федерации, спрос на туризм продолжает расти¹. Стратегией развития туризма в Российской Федерации определена нацеленность на реализацию «комплексного развития внутреннего и въездного туризма за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках»². Национальным проектом «Туризм и гостеприимство» перспективы развития к 2030 году ориентированы на увеличение основных показателей: до 140 млн турпоездов по стране, до 5%-й доли туристской отрасли в ВВП, на обеспечение функционирования информационных систем, создание цифровых сервисов и достижение 80% удовлетворенности граждан в сфере туризма и гостеприимства³. Достижение столь значимых результатов является проблемой для регионов, не реализовавших свой потенциал и не имеющих сформированную ресурсную базу для его интенсивного приращения; индикатором пассивности являются низкие позиции в Национальном туристическом рейтинге страны⁴.

Туризм выступает значимым инструментом устойчивого экономического развития регионов, и проводимая цифровая трансформация предоставляет новые возможности для повышения качества сервиса, эффективности функционирования регионального рынка туристских услуг. Технологический сдвиг в деятельности туристского бизнеса и в деятельности операторов туристских информационных систем повлек изменения в потребительском поведении, в форматах взаимодействий на рынке туристских услуг. В условиях цифрового развития экономики меняются подходы к организации туристской деятельности, процессы рыночного обмена переходят в цифровую среду, что обуславливает необходимость совершенствования механизмов и моделей функционирования рынков, использования цифровых сервисов, внедрения платформенных решений, построения новых каналов коммуникаций и системы дистрибуции.

¹ Туризм в России. Итоги 2024 года // Министерство экономического развития Российской Федерации. – С. 2. – 2024. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/e0e9ed6e75a854d11b301a27834b0aba/turizm_v_rossii_itogi_2024_goda.pdf (дата обращения: 14.01.2026).

² Стратегия развития туризма Российской Федерации на период до 2035 года : Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 г. № 2129-р. (ред. от 29.05.2025). // Правительство Российской Федерации. – URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 14.01.2026).

³ Национальный проект «Туризм и гостеприимство» // Правительство Российской Федерации. – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/920/about/> (дата обращения: 14.01.2026).

⁴ Спецпроекты : Национальные туристические рейтинги по годам // Центр информационных коммуникаций «Рейтинг». – URL: <https://russia-rating.ru/info/23853.html> (дата обращения 14.01.2026).

В настоящее время регионы России демонстрируют активное внедрение цифровых инструментов и распространение онлайн-сервисов для туристов, связанных с цифровыми решениями для туристских поездок. Однако по цифровому развитию туристской индустрии, только отдельные регионы демонстрируют высокий уровень цифровой зрелости отрасли⁵. Кроме региональной цифровизации туризма, в России появились отраслевые цифровые сервисы и онлайн-платформы в туристской индустрии. Но остается нерешенным вопрос обеспечения интеграции единой цифровой платформы в сфере туризма с туристскими информационными системами, созданными в регионах и с цифровыми сервисами, используемыми бизнес-структурами. Все вышеуказанное свидетельствует о необходимости обеспечения цифрового прогресса в совершенствовании туристской инфраструктуры и реализации трансформации рынка туристских услуг в целях адаптации к новым условиям цифрового развития экономики, использования дата-ориентированных решений и практик в повышении эффективности его функционирования, нацеленных на активизацию и экосистемное развитие туризма в регионах России.

Степень разработанности проблемы. Базис теоретических исследований вопросов функционирования рынков заложен в трудах Л. И. Абалкина, В. И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой, В. В. Радаева, Ф. Котлера (P. Kotler), А. Курно (A. Cournot), И. Фишера (I. Fisher), Дж. Ходжсона (G. Hodgson), Н. Мэнкью (N. Mankiw) и других. Значительный вклад в разработку теории отраслевых рынков внесли; С. Б. Авдашева, В. В. Акбердина, О. А. Бияков, Н. П. Кетова, М. Г. Лапаева, В. Н. Овчинников, Н. М. Розанова, Ю. В. Тарануха, Н. Ю. Ярошевич, Э. Мейсон (E. Mason), Дж. Бейн (J. Bain).

Фундаментальные аспекты институционализации и теоретико-методологические основы функционирования рынка туристских услуг представлены в научных работах М. А. Жуковой, Н. А. Зайцевой, Г. А. Карповой, М. А. Морозова, Н. С. Морозовой, А. Д. Чудновского. Существенный вклад в изучение специфики функционирования и выработку инструментов развития рынка туристских услуг внесли: С. Н. Большаков, А. М. Ветитнев, Е. К. Воробей, А. И. Зырянов, В. И. Кружалин, М. С. Оборин, Т. В. Рассохина, А. Н. Русина, Д. С. Ушаков, С. Ю. Цёхла, М. Ю. Шерешева, Ж. П. Шнорр, С. П. Шпилько.

Проблематику анализа туристского потенциала регионов, совершенствования статистического наблюдения в сфере туризма, разработки и апробации новых оценочных методик исследовали: А. Ю. Александрова, М. В. Вахрамеева, М. М. Дамбуева, И. Н. Дышловой, Л. Б.-Ж. Максанова, Т. В. Миролюбова, В. Н. Мякшин, С. Г. Пьянкова, Т. П. Розанова, В. Н. Салин, Е. П. Шпаковская, Е. А. Якимова, И. М. Яковенко, Е. М. Янкевич и другие.

Вопросы и преимущества цифровизации, цифровой трансформации индустрии туризма отражены в научных работах О. А. Бабанчиковой,

⁵ «ТревелТех Индекс 2025»: что показывает первый отраслевой рейтинг цифровых сервисов для путешествий // iXBT.pro. – 2025. – 28 ноября. – URL: <https://ixbt.pro/news/2025/11/28/treveltex-indeks-2025-cto-pokazyvaet-pervyi-otraslevoi-reiting-cifrovyyh-servisov-dlia-putesestvii.html> (дата обращения 14.01.2026).

И. В. Богомазовой, Е. А. Васюты, Е. В. Вишневской, Х. Бекеле (H. Bekele), Дж. Гао (Gao. J.), А. Б. Жеруковой, С. В. Калашниковой, А. А. Клеймана, Т. Б. Климовой, Н. В. Королёва, А. В. Кучумова, Ц. Лю (Q. Liu), А. В. Марьина, И. В. Митрофановой, Н. С. Палий, А. Н. Полухиной, С. Радж (S. Raj), В. Л. Устюжанина, С. К. Хамирзовой, Л. В. Хоревой и других.

Исследования преобразований туристской индустрии, моделей и технологий перспективного развития туризма в России проводили О. А. Артемьева, М. К. Ашинова, С. А. Боголюбова, Н. А. Восколович, И. И. Дерен, М. В. Ефремова, О. Ю. Зевеке, К. К. Левченко, Е. И. Макринова, Л. А. Овчаренко, Л. В. Пригода, Ю. А. Пшеничных, Р. Ю. Стыцюк, Д. С. Ушаков, И. З. Чхотуа, Н. А. Шимин, А. В. Шраер и другие.

Несмотря на высокий уровень имеющихся теоретических и научно-практических разработок, недостаточно проработанными остаются проблемы инертности большинства региональных рынков туристских услуг и несбалансированности с динамикой цифрового развития экономики, что объективно сдерживает рост и снижает конкурентоспособность регионов России. Активное применение цифровых инструментов и совершенствование цифровых технологий формируют новые условия и возможности развития, что обуславливает необходимость разработки оригинальных концептуальных решений по реализации процессов трансформации регионального рынка туристских услуг для повышения эффективности функционирования в условиях цифрового развития экономики.

Научная гипотеза исследования – цифровизация экономики и ее развитие влияют на состояние и механизмы функционирования рынка туристских услуг. Разработка методологических подходов к повышению эффективности цифровых решений в туристской индустрии и реализация авторской концепции трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики позволит обеспечить комплексное развитие туризма и достижение стратегических приоритетов устойчивого экономического развития регионов.

Цель и задачи исследования. Целью научного исследования является разработка методологических основ трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики и обоснование научно-методического инструментария активного использования цифровой среды и технологий в активизации туризма в регионах.

Для достижения цели в диссертационной работе решены основные задачи:

- систематизировать теоретические положения функционирования регионального рынка туристских услуг, обусловленные спецификой меняющихся условий совершенствования технологий туристской деятельности;
- разработать теоретическую модель функционирования регионального рынка туристских услуг и выделить конфигурации экономических отношений субъектов, действия которых основываются на использовании цифровых технологий;
- разработать концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики;

- предложить систему цифровых коммуникаций, формат взаимодействий субъектов и интеграции каналов дистрибуции региональных рынков туристских услуг в условиях цифрового развития экономики;

- усовершенствовать научно-методический инструментарий исследования состояния, специфики трансформаций и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг;

- сформировать и обосновать стратегические приоритеты преобразования регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики;

- определить направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики;

- осуществить моделирование перспектив реализации трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития.

Объект исследования – региональный рынок туристских услуг и процессы его трансформации.

Предмет исследования – организационно-экономические отношения и управленческие решения, обеспечивающие трансформацию регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Область исследования соответствует требованиям Паспорта специальности ВАК РФ 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (4. Экономика сферы услуг): 4.5. Формирование и функционирование рынков услуг; 4.15. Туризм и рекреация; 4.16. Политика регулирования и поддержки развития отраслей сферы услуг. 4.20. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в развитии теоретико-методологических основ функционирования и трансформации региональных рынков туристских услуг в условиях цифрового развития экономики.

Основные результаты исследования и их научная новизна:

- систематизированы теоретические положения функционирования регионального рынка туристских услуг на основе определения изменений характеристик рынка и предмета обмена в условиях внедрения цифровых технологий и совершенствования туристской деятельности, что позволило уточнить и дополнить понятийный аппарат. Предложены авторское определение понятия «региональный рынок туристских услуг» и подход к формированию уровней иерархии в классификации туризма как областей туристской деятельности по таксономическим признакам и функциональным значениям с учетом специфики его организации;

- разработана теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг, в рамках которой выполняется практика формирования и реализации туристских услуг, где выделены конфигурации экономических отношений субъектов, действия которых основываются на использовании цифровых технологий, отражающие преобразования, расширение спектра услуг,

изменения технологий и форм их предоставления. Понимание модели функционирования современного регионального рынка туристских услуг, формирующей отношения между его субъектами, позволяет познать вовлечение и способы взаимодействий, способствует определению необходимых трансформаций для обеспечения эффективного функционирования в условиях цифрового развития экономики;

- разработан концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики, который определяет содержание системных изменений в процессах организации туристской деятельности, развития туристской индустрии, совершенствования подходов к регулированию процессов функционирования рынка туристских услуг, формирования предпочтений потребителей туристских услуг и форм коммуникаций с ними. Научное обоснование содержания трансформации регионального рынка туристских услуг раскрывает системную интерпретацию процессов, фундаментальные принципы и основные возможности использования цифровой среды и сервисов, обеспечивающих повышение эффективности функционирования в условиях цифрового развития экономики;

- предложена система цифровых коммуникаций и многоканальный формат взаимодействий субъектов региональных рынков туристских услуг при использовании цифровых технологий, региональных и национальной туристских платформ, на которых представлены предложения туристских услуг, оказываемых в регионе, а также агрегаторов, консолидирующих предложения туристских услуг и продуктов субъектов туристской индустрии для обеспечения расширения экономического пространства деятельности, единства и целостности национальной и региональной системы продвижения и реализации туристских услуг. Новый формат применения сервисов и коммуникаций упрощает деятельность субъектов регионального рынка туристских услуг в новой цифровой среде и формирует новую систему дистрибуции;

- усовершенствован научно-методический инструментарий исследования состояния, специфики трансформаций и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг, позволяющий получить оценку результатов деятельности субъектов регионального рынка туристских услуг, генерирующих и обслуживающих туристские потоки в регионе, а также определен интерес потенциальных потребителей к посещению туристской дестинации, что служит основой для выделения проблем его развития и определения необходимых трансформаций;

- обоснованы стратегические приоритеты и определены стратегические контуры трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики, которые детализированы через систему политик, сфокусированных на устранении выявленных проблемных полей его функционирования и формировании точек роста, создании условий для активизации регионального рынка туристских услуг, обеспечении цифровой трансформации туристской деятельности. Реализация взаимосвязанных и взаимодополняющих политик позволяет достигнуть повышения активности

субъектов регионального рынка туристских услуг и синергетического эффекта активизации туристской индустрии;

- определены направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг, которые включают преобразование системы государственной поддержки деятельности субъектов рынка, развитие государственного стимулирования цифровизации в туристской индустрии и выработку адаптированных мер саморегулирования субъектов по обеспечению вовлечения и консолидации усилий в повышении эффективности функционирования регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики. Сочетание государственного регулирования и саморегулирования на региональном рынке туристских услуг рекомендовано реализовать в единстве, через гибридный формат системы регулирования, обеспечивающий контроль туристской деятельности, соблюдение стандартов качества и информационную открытость принятых решений субъектами рынка, что позволит преодолеть разобщенность в деятельности субъектов регионального рынка туристских услуг в вопросах перспективного развития;

- проведено моделирование перспектив трансформации регионального рынка туристских услуг при внедрении разработанного организационно-экономического механизма реализации трансформации, нацеленного на цифровой прогресс в совершенствовании туристской инфраструктуры и активизации деятельности, на достижение ускорения и упрощение процессов рыночного обмена. Это позволяет прогнозировать экономические эффекты инновационного совершенствования регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития при использовании субъектами и потребителями возможностей цифровой среды, повышая согласованность и обоснованность программ перспективного социально-экономического развития региона.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке целостной системы теоретико-методологических основ функционирования и трансформации региональных рынков туристских услуг в условиях цифрового развития экономики. В диссертации предложены оригинальные концептуальные решения, дополняющие и развивающие теорию отраслевых и региональных рынков применительно к специфике туристской деятельности в условиях цифровизации. Определение изменений характеристик рынка туристских услуг и предмета обмена в условиях внедрения цифровых технологий и совершенствования туристской деятельности способствует развитию понятийного аппарата и подхода к формированию уровней иерархии в классификации туризма как областей туристской деятельности по таксономическим признакам и функциональным значениям. Разработка теоретической модели функционирования регионального рынка туристских услуг с выделением конфигураций экономических отношений субъектов рынка с использованием цифровых технологий позволяет выполнять предварительное теоретическое обоснование изменений отношений между субъектами и способов организации взаимодействий. Формирование концептуального представления о содержании процессов трансформации регионального рынка туристских услуг определяет подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в

условиях цифрового развития экономики, а также функциональные возможности интеграции каналов дистрибуции региональных рынков туристских услуг в систему продвижения туристских услуг с единой цифровой платформой в сфере туризма.

Разработанные теоретико-методологические основы являются платформой для исследований процессов формирования, функционирования и трансформации региональных рынков туристских услуг, возможностей регулирования процессов активизации туризма в регионах во взаимосвязи с прогнозируемыми тенденциями социально-экономического развития.

Практическая значимость работы состоит в создании научно-методического обеспечения диагностики состояния региональных туристских рынков, выявления проблем и барьеров их развития, включающего систему индикаторов и показателей эффективности, в разработке предложений по совершенствованию регулирования процессов трансформации, в разработке организационно-экономического механизма реализации трансформации регионального рынка туристских услуг. Практические рекомендации по трансформации региональных рынков туристских услуг доведены до конкретных методик, политик и рекомендаций. Применение экономико-математического инструментария к моделированию на региональном уровне позволяет моделировать перспективы реализации трансформации и оптимизировать экономические показатели выработки стратегий и разработки политик развития региональных рынков туристских услуг.

Разработанные в диссертации подходы и модели нашли определенное применение в деятельности региональных органов государственной власти при совершенствовании системы регулирования развития рынка туристских услуг, внедрении и развитии инструментов цифровой экономики, государственной некоммерческой организации, оказывающей поддержку предпринимателям, негосударственной некоммерческой организации, участвующей в развитии предпринимательства, в туристской деятельности коммерческих организаций. Практическое использование результатов диссертационной работы подтверждаются справками о внедрении.

Методология и методы исследования. Методологической основой исследования послужили труды российских и зарубежных ученых в области общей теории рынка, теории отраслевых рынков, теории экономического роста, экономики развития, концепции цифрового развития экономики, концепции устойчивого развития, нормы и положения федеральных и региональных законодательных актов по вопросам регулирования туристской деятельности и определяющие отношения на рынке туристских услуг; результаты прикладных исследований процессов функционирования и трансформации рынка туристских услуг. В исследовании применены системный, системно-диалектический, системно-функциональный, системно-структурный подходы как методологическая основа, позволяющие рассматривать объект исследования как целостную систему взаимосвязанных элементов с учетом их структуры, функций и отношений между ними.

Для достижения поставленной цели в работе применены общенаучные и

специальные методы исследования: структурно-логического анализа, абстрагирования и систематизации (при выработке логики исследования и построении его структуры, определении теоретических положений функционирования регионального рынка туристских услуг), концептуализации (при разработке концептуального подхода к трансформации регионального рынка туристских услуг и алгоритма реализации), индукции и дедукции (при построении модели функционирования регионального рынка туристских услуг и выработке политик стратегических приоритетов трансформации регионального рынка туристских услуг), композиции и декомпозиции (при построении многоканальной системы информационных потоков обмена данными в системе продвижения и реализации туристских услуг и при выделении фокуса преобразований на региональном рынке туристских услуг), анализа и синтеза (при выявлении основных тенденций и закономерностей цифрового развития экономики и при определении необходимых трансформаций для обеспечения эффективного функционирования регионального рынка туристских услуг), формализации и сравнительного анализа (при формировании системы индикаторов реализации трансформации регионального рынка туристских услуг, шкал их значений и критериев контроля, при построении интегрального показателя реализации трансформации регионального рынка туристских услуг и сравнении контуров значений индикаторов реализации трансформации), статистического анализа (при реализации методики исследования состояния и выделения проблем развития регионального рынка туристских услуг), ситуационного моделирования (при определении полей функционирования для определения точек роста и развития туристского предложения в регионе), проведения анкетного опроса (при исследовании структуры туристского потока в регионе), корреляционного анализа (при исследовании интереса пользователей цифровой среды и прогнозировании эффектов активизации деятельности субъектов регионального рынка туристских услуг), абстрактно-логический (для теоретического обобщения, формулирования выводов и заключения, определения перспектив исследования).

Информационная основа исследования включает данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, материалы Министерства экономического развития Российской Федерации, региональных органов исполнительной власти, информацию, представленную на официальных туристских порталах регионов, на цифровых ресурсах субъектов туристской индустрии, агрегаторов туристских услуг и иных операторов туристских информационных систем, результаты авторских социологических опросов, публикации в средствах массовой информации, в профильных, профессиональных изданиях и другие источники по проблематике исследования.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1) выявление уникальных характеристик, присущих современному рынку туристских услуг и предмету обмена в условиях внедрения цифровых технологий и совершенствования туристской деятельности, позволило провести уточнение понятийного аппарата, включая авторскую трактовку понятия

«региональный рынок туристских услуг», подход к определению экономического пространства с системой отношений и базовой инфраструктурой туризма на уровне региона;

2) разработана теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг, отражающая виды деятельности субъектов рынка и специфику их участия в процессе рыночного обмена, принципы организации и осуществления туристской деятельности с применением цифровых инструментов, которая позволяет выполнять предварительное теоретическое обоснование изменений отношений между региональными субъектами и способы организации взаимодействий;

3) на основе тенденций и закономерностей цифрового развития экономики разработан концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики через целостную систему действий по повышению эффективности и построению новых процессов в сфере формирования, продвижения и реализации туристских продуктов и оказания услуг потребителям при внедрении прогрессивных цифровых решений и технологий в туризме;

4) предложена система цифровых коммуникаций и многоканальный формат взаимодействий субъектов региональных рынков туристских услуг с применением эффективных технологий сбора, обработки, хранения, передачи данных и использования информации цифровых экосистем. Использование цифровых сервисов агрегаторов в предложенном варианте обеспечит интеграцию каналов дистрибуции региональных рынков туристских услуг, автоматизацию процессов обмена информацией и данными, реализацию туристской деятельности в единой цифровой среде и повышение эффективности деятельности участников региональных рынков туристских услуг;

5) усовершенствован научно-методический инструментарий исследования состояния, специфики трансформации и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг путем использования расширенной системы оценочных показателей и рейтингов, определения интереса пользователей цифровой среды к туристским услугам в регионе. Разработанный инструментарий позволяет выполнять оценку результатов туристской деятельности, определять проблемные поля функционирования, проводить диагностику интереса потенциальных потребителей к туристским услугам в регионе, выделять направления развития и необходимые трансформации;

6) обоснованы стратегические приоритеты трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития, в фокусе которых выработана система политик, направленных на устранение проблемных полей и повышение эффективности функционирования, обозначены точки роста туристского предложения в регионе. Создание обозначенных условий и реализация выработанных политик трансформации способствуют активизации туризма в регионе;

7) определены направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг, нацеленного на развитие мер государственной поддержки и стимулирование активизации

деятельности субъектов и цифровизации туристской индустрии, на выработку спектра адаптированных мер саморегулирования для обеспечения достижения целевого организационного состояния и приоритетов активизации регионального рынка туристских услуг;

8) проведено моделирование перспектив трансформации регионального рынка туристских услуг при внедрении разработанного организационно-экономического механизма реализации трансформации, нацеленного на цифровой прогресс в совершенствовании туристской инфраструктуры, на достижение ускорения и упрощение процессов рыночного обмена. Выполненное на основе математических моделей прогнозирование ожидаемых результатов подтверждает экономические эффекты инновационного совершенствования и рост показателей экономики региона при активизации субъектов регионального рынка туристских услуг.

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Достоверность результатов исследования обеспечена применением действующей нормативно-правовой базы Российской Федерации, использованием официальных статистических данных, подтверждается авторскими результатами многолетней исследовательской, научно-педагогической и практической профессиональной деятельности.

Результаты исследования прошли апробацию на международных научно-практических конференциях (г. Иерусалим, Израиль (2013 г.), г. Орел (2015 г., 2020 г.), г. Ульяновск (2018 г.), г. Елец (2018 г., 2022 г.), г. Прага, Чешская Республика (2019 г.), г. Екатеринбург (г. 2019), г. Нальчик (2019 г.), г. Грозный (2020 г.), г. Ставрополь (2025 г.), г. Судак (2025 г.), г. Ялта (2025 г.), на всероссийских и национальных конференциях (г. Орел (2014 г., 2017 г., 2024 г., 2025 г.), г. Рязань (2018 г.), г. Санкт-Петербург (2020 г.), г. Дзержинск (2022 г.), г. Ростов-на-Дону (2025 г.), г. Тула (2025 г.)).

Теоретико-научные результаты исследований автора использованы при выполнении научно-исследовательских работ ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» по теме «Устойчивое развитие социально-экономических систем в цифровой среде» (НИОКТР-АААА-А21-121011990128-3, срок реализации 2021-2025 гг.).

Результаты диссертационной работы и предложенные методические рекомендации приняты к внедрению органами исполнительной власти специальной компетенции Орловской области: Департаментом экономического развития и инвестиционной деятельности Орловской области (справка от 01.11.2025 г. №11/2-1/01) и Департаментом информационных технологий Орловской области (справка от 29.10.2025 г. №2-4-2410), а так же Союзом «Торгово-промышленная палата Орловской области» при планировании ресурсов программ развития туризма на территории Орловской области (справка от 22.12.2025 г. №417/1). Отдельные положения диссертационного исследования используются в работе центра оказания услуг «Мой бизнес» и некоммерческой организации «Фонд поддержки предпринимателей Орловской области» (справка от 14.11.2025 г. №55), ООО «Агентство курортно-туристической информации и маркетинга» г. Симферополь (справка

от 13.11.2025 г. №73), туроператорской организацией ООО «ТУР» (справка от 12.11.2025 г. №7), в деятельности гостиничного комплекса АО «Корпорация «ГРИНН» «Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» (справка от 14.11.2025 г. №646). Результаты научного исследования используются ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» в учебном процессе при ведении ряда дисциплин (справка от 14.11.2025 г. №19930).

Личный вклад автора состоит в самостоятельном индивидуальном проведении всех этапов диссертационного исследования и научном поиске, в получении авторских научных результатов, выносимых на защиту, в личном участии в апробации основных результатов исследования, в подготовке публикаций и докладов по теме диссертации.

Публикация результатов исследования. Основные результаты и методологические разработки, полученные автором в ходе исследования, опубликованы в 67 научных работах, общим объемом 83,54 п.л., в том числе авторских – 44,14 п.л., из них 26 публикаций (21,45 п.л., в т.ч. авт. – 11,45 п.л.) – в изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России, в т.ч. 5 в отнесенных к категории К1 и 6 – в отнесенных к категории К2, 4 монографии (48,33 п.л. в т.ч. авт. – 25,65 п.л.), 5 статей – в изданиях, индексируемых в международных базах цитирования (3,28 п.л., в т.ч. авт. – 1,05 п.л.), 32 публикации (10,48 п.л., в т.ч. авт. – 5,99 п.л.) – в других изданиях. Результаты диссертационного исследования, опубликованные в соавторстве, содержат положения научной новизны, полученные лично автором.

Объем и структура работы. Диссертация включает введение, пять глав, заключение, список литературы из 497 источников, 12 приложений. Общий объем работы составляет 465 страниц, включает 32 таблицы, 74 рисунка.

Во введении к диссертации обоснована актуальность темы исследования и степень ее разработанности, определены цель и задачи, сформулированы научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, представлены методология и методы исследования, отражены положения, выносимые на защиту, указана степень достоверности и апробация результатов.

В первой главе «Теоретико-методологические основы функционирования регионального рынка туристских услуг» систематизированы теоретические положения и разработана теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг, представлена специфика регламентации его процессов.

Во второй главе «Концептуализация трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики» на основе исследования тенденций и закономерностей цифрового развития экономики разработан концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг и предложена система цифровых коммуникаций и многоканальный формат взаимодействий его субъектов.

В третьей главе «Научно-методический инструментарий исследования и диагностика состояния регионального рынка туристских услуг и выявления проблем развития» разработана и апробирована методика исследования состояния

регионального рынка туристских услуг, выделены проблемы развития.

В четвертой главе «Стратегические направления трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития» определены направления, стратегические приоритеты реализации и направления регулирования трансформации рынка туристских услуг.

В пятой главе «Моделирование перспектив реализации трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики» разработан механизм реализации и осуществлено моделирование перспектив трансформации регионального рынка туристских услуг, спрогнозированы эффекты активизации его субъектов.

В заключении изложены итоги выполненного исследования, рекомендации, перспективы дальнейшей разработки темы.

2 ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

1. Выявление уникальных характеристик, присущих современному рынку туристских услуг и предмету обмена в условиях внедрения цифровых технологий и совершенствования туристской деятельности, позволило провести уточнение понятийного аппарата, включая авторскую трактовку понятия «региональный рынок туристских услуг», подход к определению экономического пространства с системой отношений и базовой инфраструктурой туризма на уровне региона.

Современный туризм характеризуется динамичными количественными и качественными изменениями, значительным экономическим влиянием и глубокими технологическими новациями. Теоретическое исследование проблематики функционирования и развития региональных рынков туристских услуг демонстрирует необходимость реализации трансформации рынка, обусловленной стремительной эволюцией технологий формирования, продвижения и реализации туристских продуктов и услуг, изменениями условий и правил, развитием форм осуществления туристской деятельности при использовании цифровых решений.

Изучено содержательное наполнение ключевых категорий теории рынка, выполнены сравнения трактовок дефиниций «рынок», «туристский рынок», «рынок туристских услуг», выделены базовые признаки и факторы функционирования регионального рынка. Анализ подходов к дефиниции термина «рынок туристских услуг» позволил выявить уникальные характеристики, раскрывающие расширение предмета рыночного обмена в условиях современного рынка, согласование интересов производителей и потребителей туристских услуг, специфику формирования туристского спроса и туристского предложения в цифровой среде, форм предоставления туристских услуг при внедрении цифровых решений, экономические процессы взаимодействий участников рынка, а также совершенствование технологий туристской деятельности. Акцентирование внимания на положениях теории отраслевых рынков и анализ результатов теоретических исследований формирования экономических отношений через действия, ориентированные на результаты в сфере применения, позволили выделить базовые критерии и признаки регионального рынка.

В соответствии с вышеуказанным предложено под региональным рынком туристских услуг понимать экономическое пространство, выделенное по территориальному признаку, обладающее уникальными характеристиками и ресурсами, системой регулирования туристской деятельности, где субъекты туристской индустрии выстраивают отношения и осуществляют деятельность, по организации и обслуживанию въездного, выездного и внутреннего по отношению к нему туристских потоков.

Развитие спроса и предложения на рынке туристских услуг влечет процессы дифференциации видов туризма и развития деятельности по оказанию туристских услуг. Обоснован и предложен подход к формированию уровней иерархии в классификации туризма как областей туристской деятельности по таксономическим признакам (с детализацией по сферам, типам, видам, нишам туризма) и функциональным значениям уровней иерархии, которые проявляются в разграничении и использовании уровней регулирования развития туризма и туристской деятельности (федеральный, региональный, муниципальный) (рис. 1).



Рисунок 1 – Таксономические признаки и функциональные значения классификации туризма как областей туристской деятельности

Источник: разработано автором

Представленное понимание регионального рынка туристских услуг с определением экономического пространства с системой отношений и базовой инфраструктурой туризма на уровне региона позволяет учитывать специфику меняющихся условий совершенствования технологий туристской деятельности.

2. Разработана теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг, отражающая виды деятельности субъектов рынка и специфику их участия в процессе рыночного обмена, принципы организации и осуществления туристской деятельности с применением цифровых инструментов, которая позволяет выполнять предварительное теоретическое обоснование изменений отношений между региональными субъектами и способы организации взаимодействий.

Теоретический анализ функций, принципов организации, видов деятельности и взаимодействий на рынке, специфики участия субъектов в рыночном обмене, процессов формирования, продвижения и реализации турпродуктов и услуг, осуществления иной деятельности по организации путешествий с применением цифровых инструментов, позволил интерпретировать опыт, выявить конфигурации связей, агрегировать их и разработать теоретическую модель функционирования регионального рынка туристских услуг (рис. 2), которая определяет образ его функционирования, современные формы вовлечения участников и способы взаимодействий, отражает многообразие отношений на рынке и систему их регулирования, показывает специфику обмена между субъектами туристской индустрии (предприятиями сферы гостеприимства, туроператорами и т.п.), посредниками (туристскими агентствами, операторами туристских информационных систем, туристскими информационными центрами), потребителями, раскрывает возможности использования ресурсов (цифровых, природных, культурных, человеческих и других) для расширения спектра услуг и активизации спроса.

Субъекты разграничены по различиям участия в процессе туристского обслуживания: прямые участники, образующие базовую инфраструктуру туризма, и косвенные участники, образующие вспомогательную инфраструктуру, услугами которых пользуются потребители и которые осуществляют деятельность в смежных сферах и привлекаются к туристскому обслуживанию. Потребители, как субъекты экономических отношений, запросами иницируют и формируют спрос на турпродукты и услуги, образуют турпотоки, влияя на деятельность производителей, объемы производства, структуру, функции и состав туристской индустрии.

Связи, возникающие между потребителями и производителями, зависят от способа организации туризма (организованного и самодеятельного) и используемых инструментов (оффлайн – физическое обращение в туристские фирмы, онлайн – с использованием цифровых сервисов); возникающие между производителями, генерирующими организованный турпоток (туроператорами) и субъектами туристской индустрии, непосредственно оказывающими услуги и образующими базовую и вспомогательную туристскую инфраструктуру, раскрывают их ресурсную природу и фундаментальные функции в организации туризма в регионе.

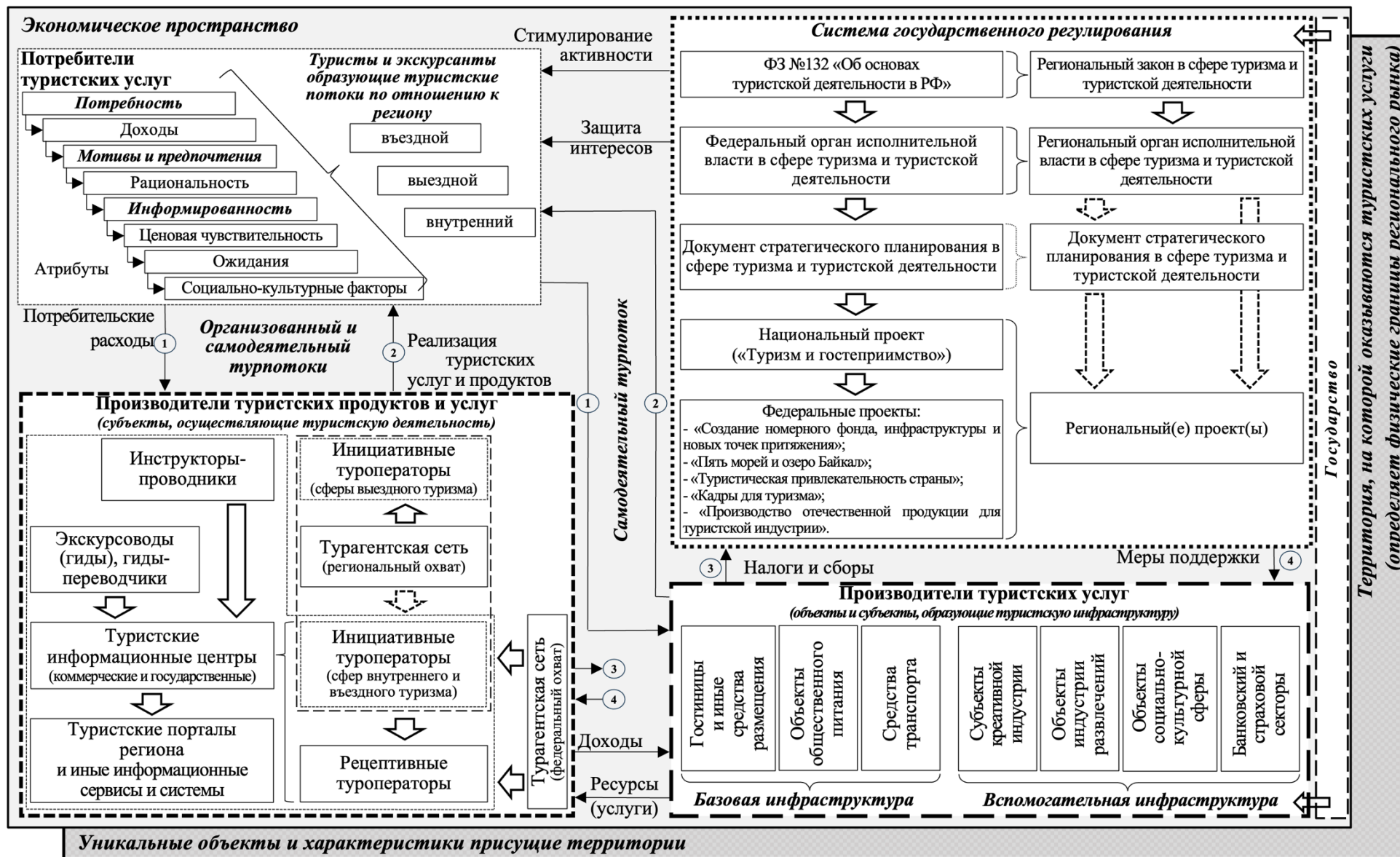


Рисунок 2 – Теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг
Источник: разработано автором

Связи отражают изменения технологий предоставления туристских услуг, усиление роли информационных технологий при организации турпотоков и туристской деятельности. Анализ вариантов и эффектов совершенствования технологий необходим для выработки механизмов адаптации деятельности субъектов туристской индустрии к цифровому развитию.

Теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг отражает целостную систему деятельности по формированию, продвижению и реализации туристских продуктов и услуг, где выделены конфигурации экономических отношений субъектов, основанных на использовании цифровых технологий. Использование модели позволяет выполнять теоретические обоснования изменений отношений между субъектами региона и иными участниками рынка туристских услуг, потенциал которых следует использовать для активизации туризма в регионе.

3. На основе тенденций и закономерностей цифрового развития экономики разработан концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики через целостную систему действий по повышению эффективности и построению новых процессов в сфере формирования, продвижения и реализации туристских продуктов и оказания услуг потребителям при внедрении прогрессивных цифровых решений и технологий в туризме.

Исследование тенденций цифрового развития экономики по данным Росстата свидетельствует об устойчивом росте показателей использования цифровых каналов связи, специализированных автоматизированных систем и программных комплексов, о сформированных предпочтениях потребителей и организаций использовать сеть Интернет в рыночном обмене (рис. 3-8).

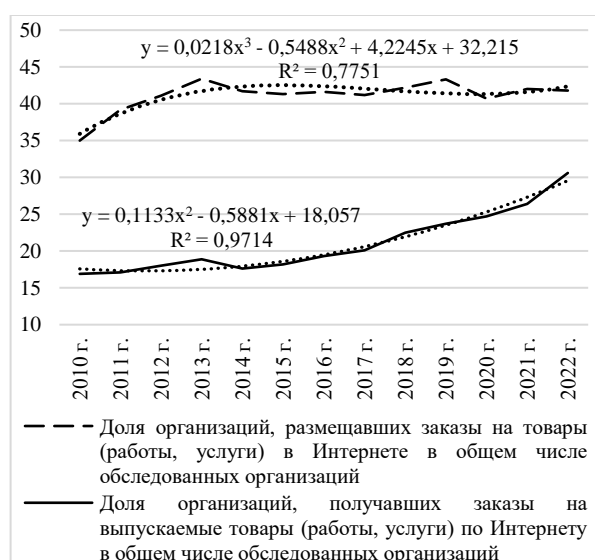


Рисунок 3 – Показатели использования сети Интернет в процессе рыночного обмена, %

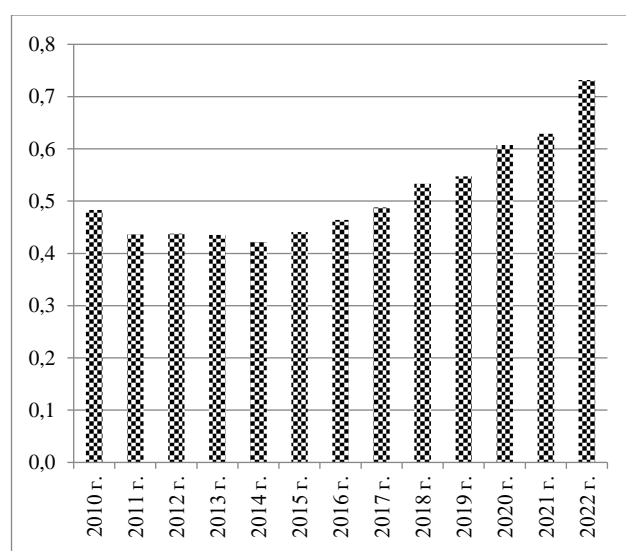


Рисунок 4 – Отношение долей организаций, получавших заказы к долям организаций, размещавших заказы на товары (работы, услуги) в сети Интернет, безразмерная величина

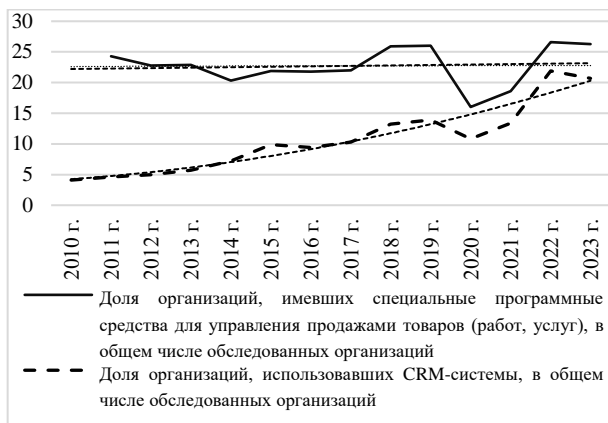


Рисунок 5 – Тенденции показателей использования специализированных программных средств для управления продажами (работами, услугами), %

управления продажами (работами, услугами), %

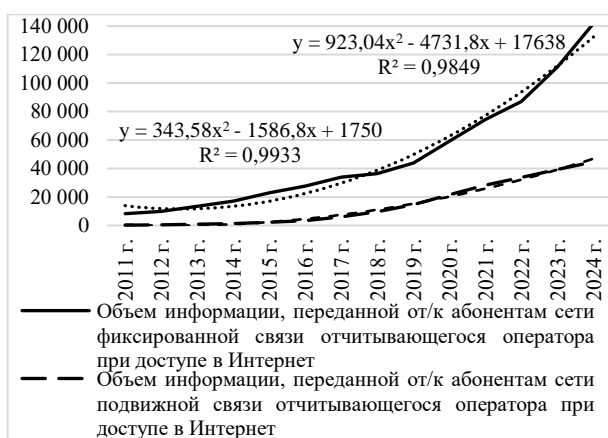


Рисунок 7 – Динамика показателей использования каналов цифровой связи в Российской Федерации, петабайт

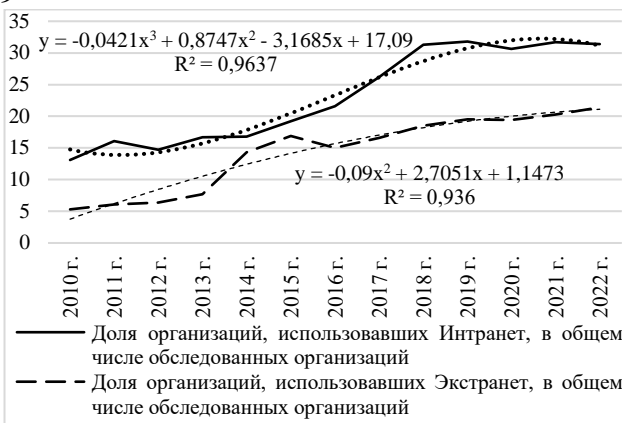


Рисунок 6 – Динамика показателей освоения организациями каналов Интранет и Экстранет, %

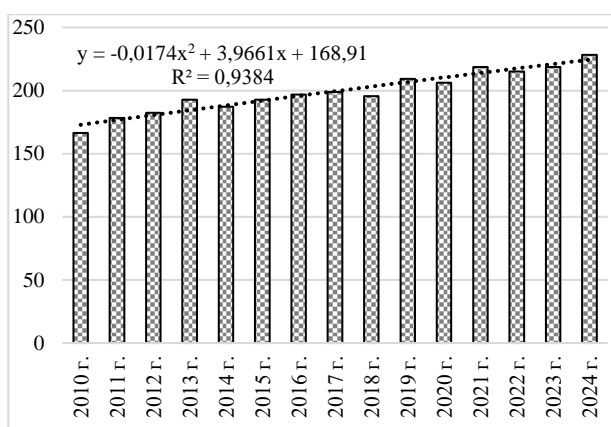


Рисунок 8 – Динамика показателя: проникновение подвижной радиотелефонной (сотовой) связи на 100 человек населения, единиц

Источник: рассчитано автором по данным Росстат⁶

Обзор отечественного и зарубежного опыта и выявление основных трендов цифрового развития туристской деятельности, анализ приоритетов реализации национальных проектов в России в области цифровизации позволили определить основные закономерности цифрового развития экономики: 1) цифровое развитие становится неотъемлемым элементом хозяйственного и социального устройства (проникает во все сферы деятельности); 2) данные становятся предметом рыночных отношений (успех деятельности зависит от умения эффективно собирать, обрабатывать и использовать большие данные); 3) технологии трансформируются вместе с архитектурой пользования данными; 4) новые формы организации коммуникаций производителей и потребителей услуг, реализации услуг расширяют возможности бизнеса, рынки формируются новые системы экономических отношений; 5) развивается сервисизация экономики (возрастает предпочтительность услуг как альтернатива приобретению товаров); б) развиваются сетевые и формируются платформенные отношения на рынке, повышается их экономическая значимость; 7) усиливается конкуренция

⁶ Росстат – Информационное общество // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 13.11.2025).

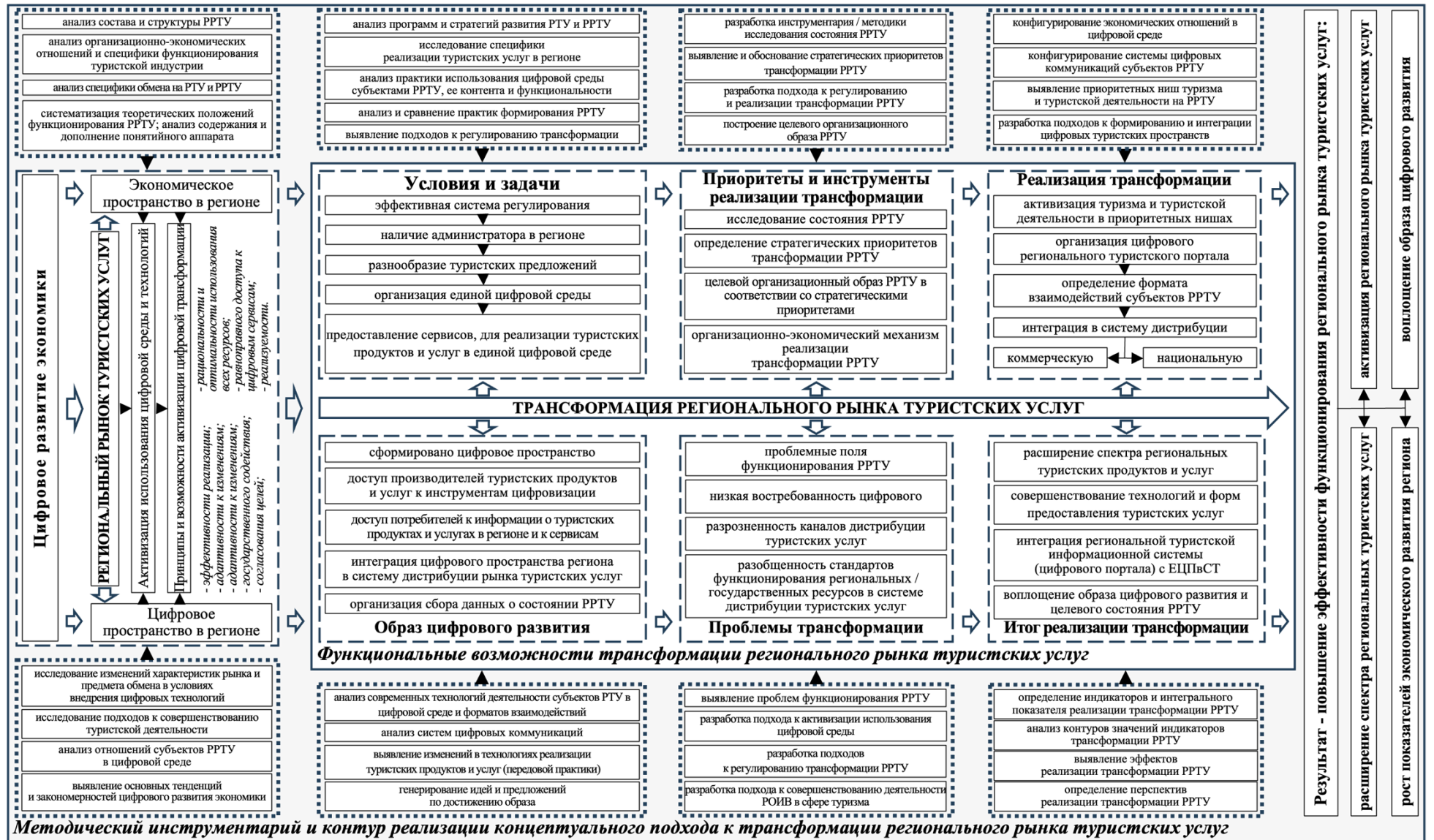
экосистемного типа (условия использования сервисов экосистем обеспечивают преимущества использования всей экосистемы); 8) цифровое развитие влечет необходимость усиления роли государства в регулировании отношений и нивелировании цифрового неравенства.

Усиливается влияние этих закономерностей на сферу туристской деятельности, что определило разработку автором концептуального подхода к трансформации регионального рынка туристских услуг (рис. 9), который установил основные возможности использования цифровой среды и сервисов с учетом национального ориентира на их развитие и использование единой цифровой платформы в сфере туризма, обеспечивающих повышение эффективности его функционирования, активизацию туристской деятельности и туризма в регионе, образ цифрового развития, фундаментальные принципы трансформации:

- согласования целей (синхронизации целей развития регионального рынка туристских услуг и его субъектов для достижения качественно нового его состояния и повышения эффективности функционирования);
- рациональности и оптимальности использования всех ресурсов;
- равноправного доступа к цифровым сервисам субъектов, действующих на региональном рынке туристских услуг;
- государственного содействия (консолидирующего участия, компетентного регулирования и содействия реализации трансформации);
- качества обслуживания (соблюдение единых стандартов предоставления туристских услуг; полнота и доступность туристской информации, функциональность цифровых сервисов, эффективная система дистрибуции);
- адаптивности к изменениям условий функционирования;
- реализуемости (определение форм организации рынка, приоритетов, механизмов, индикаторов и интегрального показателя реализации трансформации);
- эффективности реализации (достижения целевого результата).

Разработанный концептуальный подход определяет систему действий по реализации образа цифрового развития, обеспечению возможности использования цифровой среды и сервисов участниками регионального рынка туристских услуг, построению новых процессов взаимодействий на рынке с использованием цифровой среды, сформированной при внедрении прогрессивных цифровых решений; сфокусирован на устранении цифрового неравенства его субъектов; предусматривает реализацию трансформации экономического и цифрового пространства.

Интерпретация процессов по достижению обозначенных результатов включает ориентиры и конструкцию контура реализации концептуального подхода: внутреннего, определяющего функциональные возможности (условия, задачи и основные результаты трансформации, образ цифрового развития, подходы к регулированию, проблемы, приоритеты, инструменты и результаты реализации трансформации); внешнего – разработку и использование методического инструментария. Реализация трансформации представлена в конкретных действиях, нацеленных на воплощение образа цифрового развития, формирование системы связей регионального цифрового туристского портала с внешними цифровыми сервисами и ресурсами.



РТУ – рынок туристских услуг

РОИВ – региональный орган исполнительной власти

РРТУ – региональный рынок туристских услуг

ЕЦПвСТ – Единый цифровой портал в сфере туризма

Рисунок 9 – Концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики. Источник: разработано автором

В итоге трансформации на рынке расширится разнообразие и количество туристских предложений, прогрессируют технологии предоставления туристских услуг, произойдет интеграция региональной и национальной систем дистрибуции, будет обеспечен широкий доступ к информации и услугам, оказываемым в регионе. Адаптация к условиям цифрового развития и интеграция каналов дистрибуции в экосистему цифровой экономики повысит эффективность функционирования регионального рынка туристских услуг, обеспечит активизацию туризма в регионе.

4. Предложена система цифровых коммуникаций и многоканальный формат взаимодействий субъектов региональных рынков туристских услуг с применением эффективных технологий сбора, обработки, хранения, передачи данных и использования информации цифровых экосистем. Использование цифровых сервисов агрегаторов в предложенном варианте обеспечит интеграцию каналов дистрибуции региональных рынков туристских услуг, автоматизацию процессов обмена информацией и данными, реализацию туристской деятельности в единой цифровой среде и повышение эффективности деятельности участников региональных рынков туристских услуг.

На основе исследования процессов эволюции туристской деятельности, освоения субъектами рынка туристских услуг цифровых технологий, совершенствования системы продвижения и реализации туристских услуг, в которую входят туроператоры, сетевые агентства, профильные и многопрофильные агрегаторы, консолидирующие предложения профильных агрегаторов и субъектов туристской индустрии, их подходов к формированию информационных потоков обмена данными на рынке туристских услуг, сформирована современная система цифровых коммуникаций. Обосновано, что формат, используемый многопрофильными агрегаторами, наиболее полно соответствует портрету единой цифровой платформы. Предложена структура многоканальных информационных потоков обмена данными (рис. 10), которая обозначает организацию системы коммуникаций, позиции и связи регионального туристского портала и цифровых сервисов иных субъектов туристской индустрии, Единой цифровой платформы в сфере туризма; представляет сконструированный автором вариант организации инновационных каналов дистрибуции туристских услуг, оказываемых в регионах, обеспечивающий активизацию использования региональных туристских сервисов. Ее преимуществами являются обеспечение возможности эффективного сбора, обработки, хранения, передачи данных за счет использования цифровых экосистем, автоматизации этих процессов, бесшовности в организации процессов продвижения и реализации туристских услуг, оказываемых в регионе.

Функционирование системы цифровых коммуникаций предложено выстраивать по принципу, используемому многопрофильными агрегаторами – сбора, предоставления, обработки, передачи и распространения информации о туристских продуктах и услугах субъектов, обозначенных в теоретической модели функционирования регионального рынка туристских услуг.

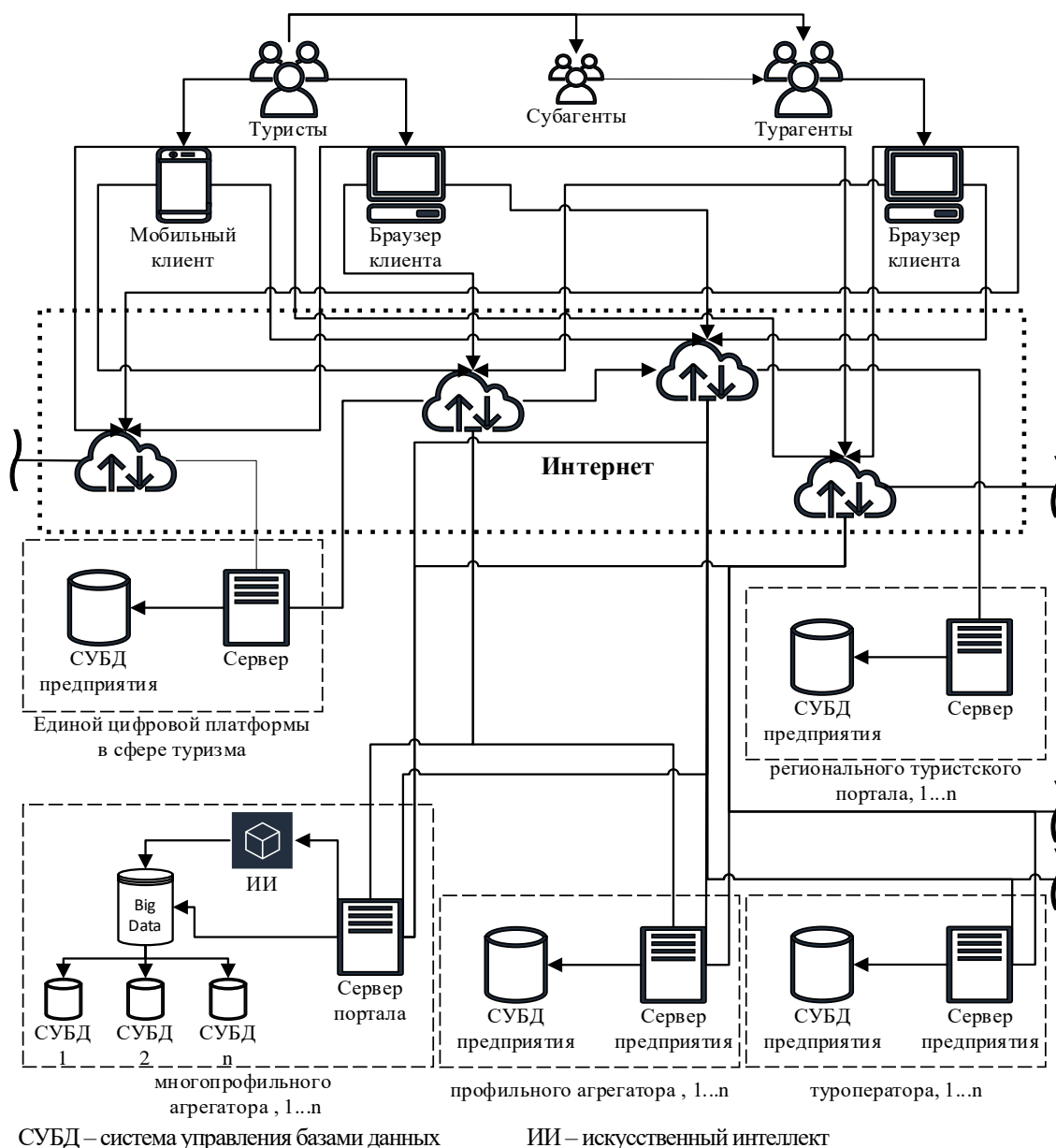


Рисунок 10 – Структура многоканальных информационных потоков обмена данными

Источник: разработано автором

Использование цифровых сервисов агрегаторов в предложенном варианте обеспечит интеграцию каналов дистрибуции региональных рынков туристских услуг в национальную систему продвижения, доступ потребителей к региональным туристским услугам в режиме единого окна; региональные цифровые туристские порталы выполнят роль трансляторов и обогатят национальный рынок множеством туристских предложений из регионов; доступ к их ресурсам простимулирует предпринимательскую активность и активизацию туризма. Основой функционирования системы является разработанная схема многоканальных взаимодействий участников рынка туристских услуг с использованием Единой цифровой платформы в сфере туризма (рис. 11), которая обеспечивает реализацию туристской деятельности в единой цифровой среде, ее включение в систему национального ритейла туристских услуг, расширение экономического пространства, повышение эффективности деятельности.

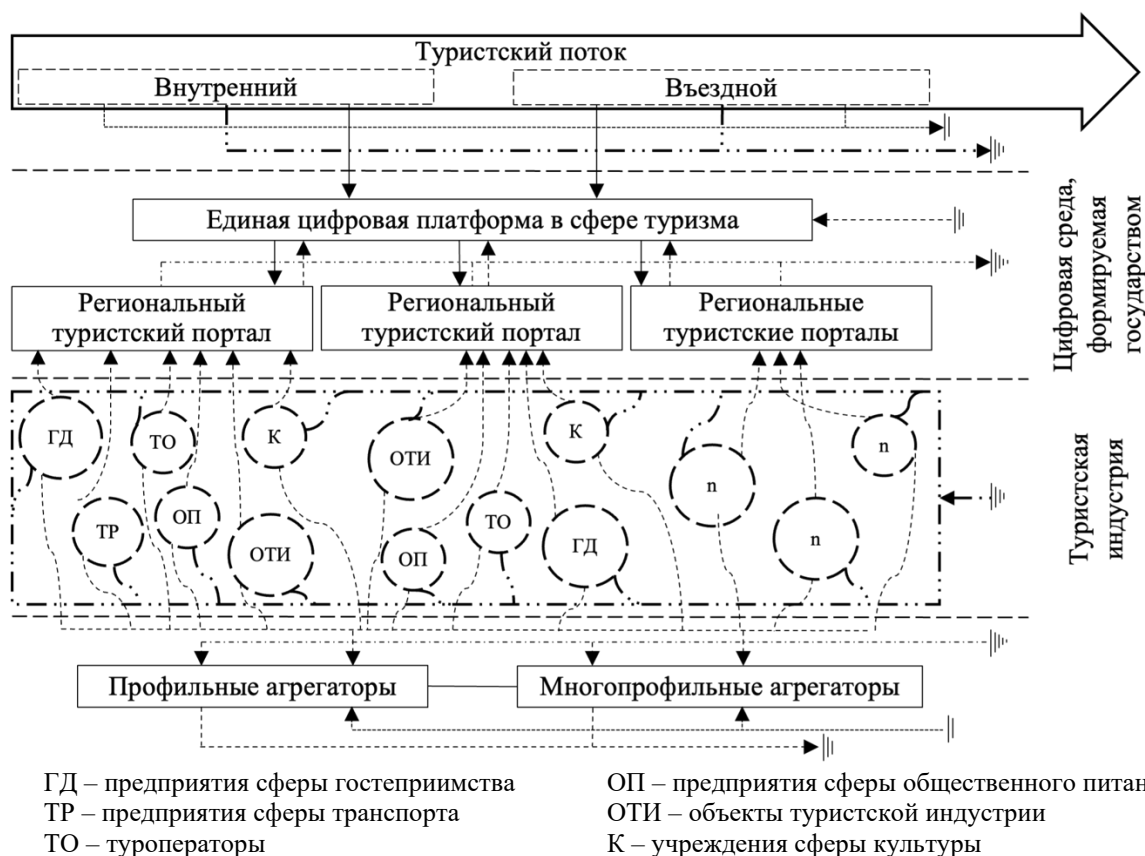


Рисунок 11 – Схема многоканальных взаимодействий участников рынка туристских услуг с использованием Единой цифровой платформы в сфере туризма

Источник: разработано автором

Воплощение предложенных решений обеспечит интеграцию каналов дистрибуции в тренде национальных перспектив.

5. Усовершенствован научно-методический инструментарий исследования состояния, специфики трансформации и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг путем использования расширенной системы оценочных показателей и рейтингов, определения интереса пользователей цифровой среды к туристским услугам в регионе. Разработанный инструментарий позволяет выполнять оценку результатов туристской деятельности, определять проблемные поля функционирования, проводить диагностику интереса потенциальных потребителей к туристским услугам в регионе, выделять направления развития и необходимые трансформации.

На основе анализа подходов к исследованию состояния региональных рынков туристских услуг обоснована необходимость расширения инструментария исследования. Разработана авторская методика исследования состояния и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг (рис. 12), базирующаяся на отборе и систематизации источников информации и показателей, наиболее важных для выстраивания целостного и полного их понимания (статистических показателей, данных, содержащихся в профильных реестрах, сведений о ЭКГ-рейтингах, информации из банков данных, сформированных в регионах, из открытых источников об активности потребителей туристских услуг, пользователей цифровой среды).

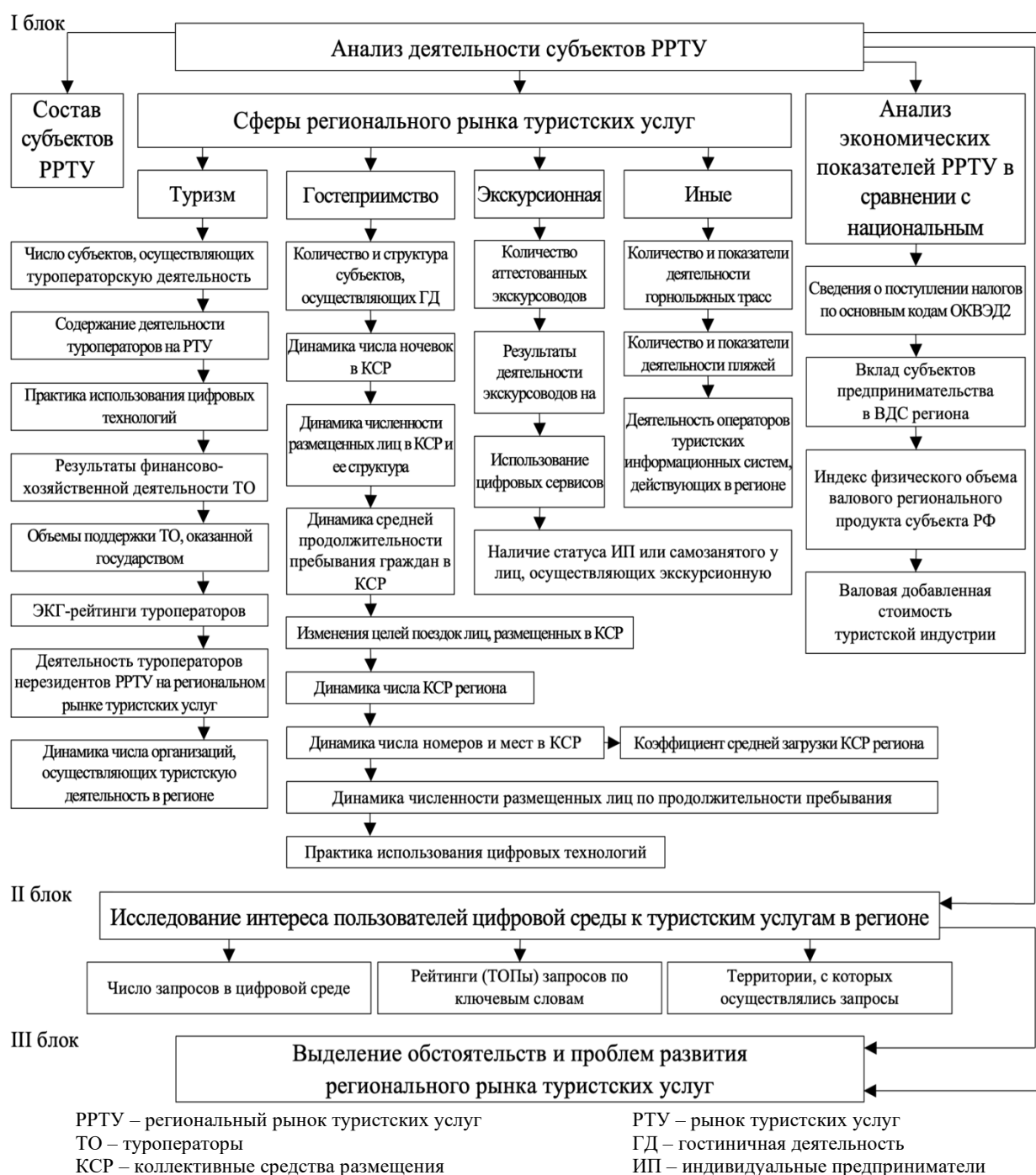
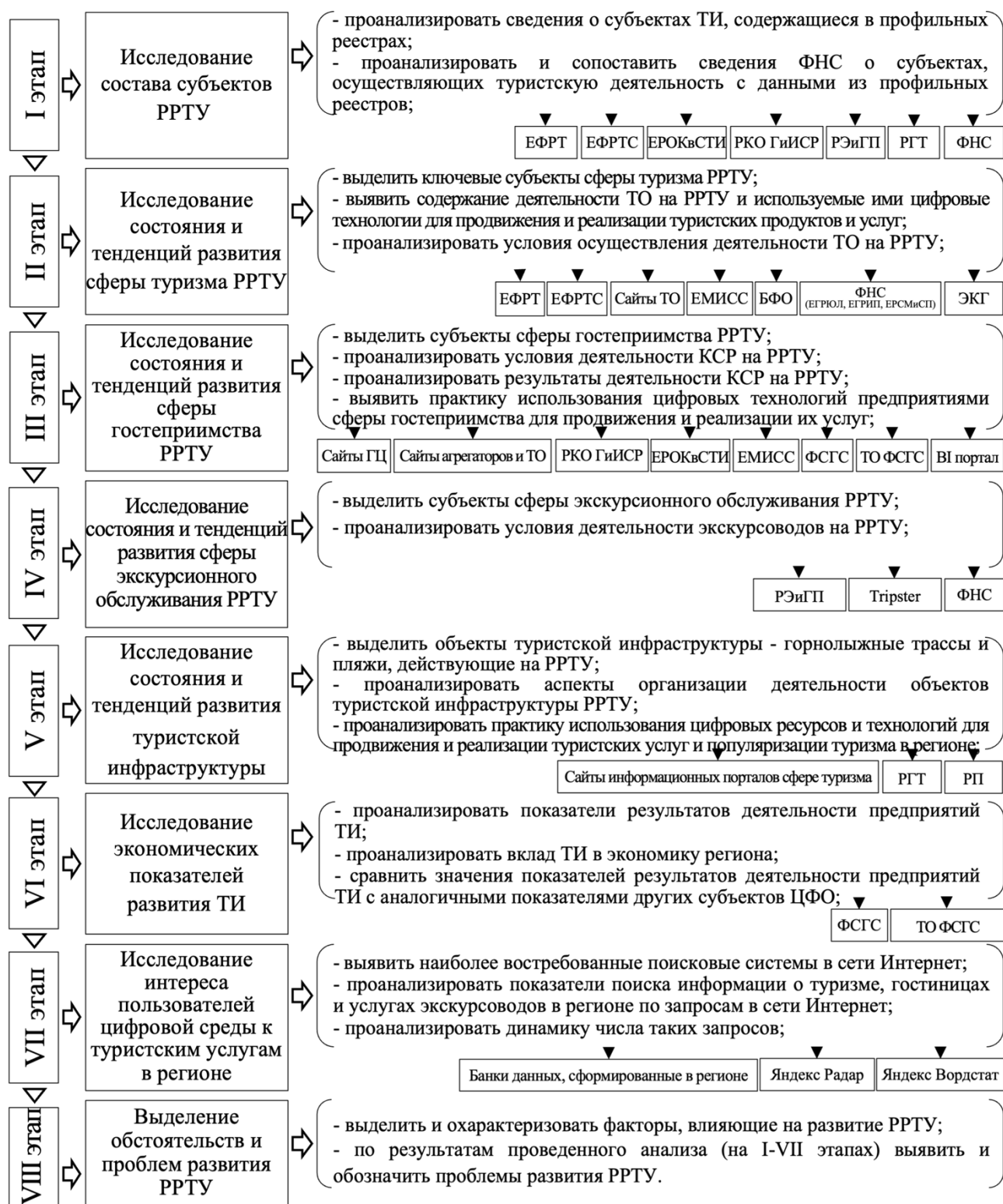


Рисунок 12 – Методика исследования состояния и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг

Источник: разработано автором

Как составляющая методики разработана схема процесса исследования, в которой выделены этапы и определены задачи, указаны источники информации (рис. 13). Методика апробирована на данных Орловской, Тульской, Липецкой областей; анализ фокусировался на определении трендов показателей, специфике, результатах, выделении проблем функционирования и трансформации региональных рынков туристских услуг. В результате определены проблемы, свойственные рынку туристских услуг Орловской области; выявлено, что они системны, поскольку характерны и для Тульского и Липецкого рынков.



ЕФРТ – Единый федеральный реестр туроператоров
 РЭиГП – Реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков
 ЕРОКвСТИ – Единый реестр объектов классификации в сфере туристской индустрии
 РП – Реестр пляжей
 РГТ – Реестр горнолыжных трасс
 ТО ФСГС – Территориальный орган федеральной службы государственной статистики

ЕГРИП – Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей

РКО ГиИСР – Реестр классифицированных объектов: гостиницы и иные средства размещения

ТИ – туристская индустрия, ГЦ – гостиница
 ЕФРТС – Единый федеральный реестр турагентов, субагентов
 ФНС – Федеральная налоговая служба
 ФСГС – Федеральная служба государственной статистиком;
 ЕГРЮЛ – Единый государственный реестр юридических лиц
 ЭКГ – ЭКГ-рейтинг ответственного бизнеса
 ЕМИСС – Единая межведомственная информационно-статистическая система
 ЕРСМиСП – Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства

Рисунок 13 – Схема процесса исследования и источники информации
 Источник: разработано автором

Выстроенная политика использования ресурсов и регулирования развития рынка туристских услуг Тульской области обеспечили ей лидерство среди трех регионов. Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом региональном продукте за 2023 г. в Тульской области составила 3,2% и превысила значения этого показателя в Орловской области на 1,2%, в Липецкой области на 1,4%. Сопоставление условий и результатов функционирования региональных рынков туристских услуг способствует определению необходимых трансформаций.

Систематизация выявленных проблем развития рынка туристских услуг Орловской области и соотнесение их с основными областями туристской деятельности (формирование, продвижение, реализация) относительно к субъектам рынка позволили выявить проблемные поля функционирования:

- «регулирование-субъекты»: продвижение туристских услуг, минуя цифровой портал из-за его технологической отсталости, неупорядоченность деятельности экскурсоводов и игнорирование ими действующих норм, отсутствие контроля за деятельностью субъектов являются следствием низкой вовлеченности органов исполнительной власти в процессы формирования регионального рынка туристских услуг и обеспечения условий для его эффективного функционирования;

- «продвижение-субъекты»: связаны с низкой инициативностью субъектов рынка в развитии туризма в регионе, неиспользованием потенциала креативных индустрий, отсутствием на профильном портале актуальной информации о деятельности субъектов регионального рынка, цифровой неразвитостью туристской деятельности, что ограничивает возможности продвижения их услуг;

- «продвижение-потребители»: рост средней загрузки номерного фонда в коллективных средствах размещения до 29,34%, на фоне уменьшения числа мест не свидетельствует о повышении интереса потребителей; значение этого показателя отстает от среднего по регионам ЦФО на 11,1%, что является следствием проблем, сконцентрированных в выше обозначенных полях; свидетельствует о низкой востребованности услуг субъектов регионального рынка туристских услуг, подтверждается преобладанием деловых и профессиональных целей визитов в регион, не туристских.

Обозначенные проблемы существенны для результатов функционирования регионального рынка туристских услуг и указывают на необходимость выработки стратегических приоритетов трансформации для его активизации и повышения эффективности функционирования.

Полученные сведения полезны органам исполнительной власти и субъектам рынка для планирования и организации деятельности.

6. Обоснованы стратегические приоритеты трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития, в фокусе которых выработана система политик, направленных на устранение проблемных полей и повышение эффективности функционирования, обозначены точки роста туристского предложения в регионе. Создание обозначенных условий и реализация выработанных политик трансформации способствуют активизации туризма в регионе.

Для устранения выявленных проблем функционирования и активизации туризма в регионе определены стратегические приоритеты трансформации

регионального рынка туристских услуг, которые детализированы через систему согласованных политик (рис. 14) и сфокусированы на:

- выработке и реализации стратегии развития регионального рынка туристских услуг, выделении приоритетных ниш развития туризма, формировании положительного имиджа региона как туристского направления (СП 1);

- создании организационных, технологических и экономических условий для обеспечения активизации туристской деятельности и туризма в регионе, повышении эффективности регулирования их развития; определении способов и принципов поддержки деятельности субъектов, включении туристской составляющей в реализацию проектов комплексного развития территорий региона, выстраивании действенных связей между субъектами регионального рынка туристских услуг и образовательными организациями, реализующими программы подготовки по профильным направлениям для эффективного использования и развития кадрового потенциала, обеспечения повышения качества туристского обслуживания (СП 2);

- формировании цифровой среды, обеспечивающей повышение эффективности рыночных процессов, сбор необходимой информации о поведении и интересах потребителей для принятия дата-ориентированных решений по трансформации регионального рынка туристских услуг (СП 3).

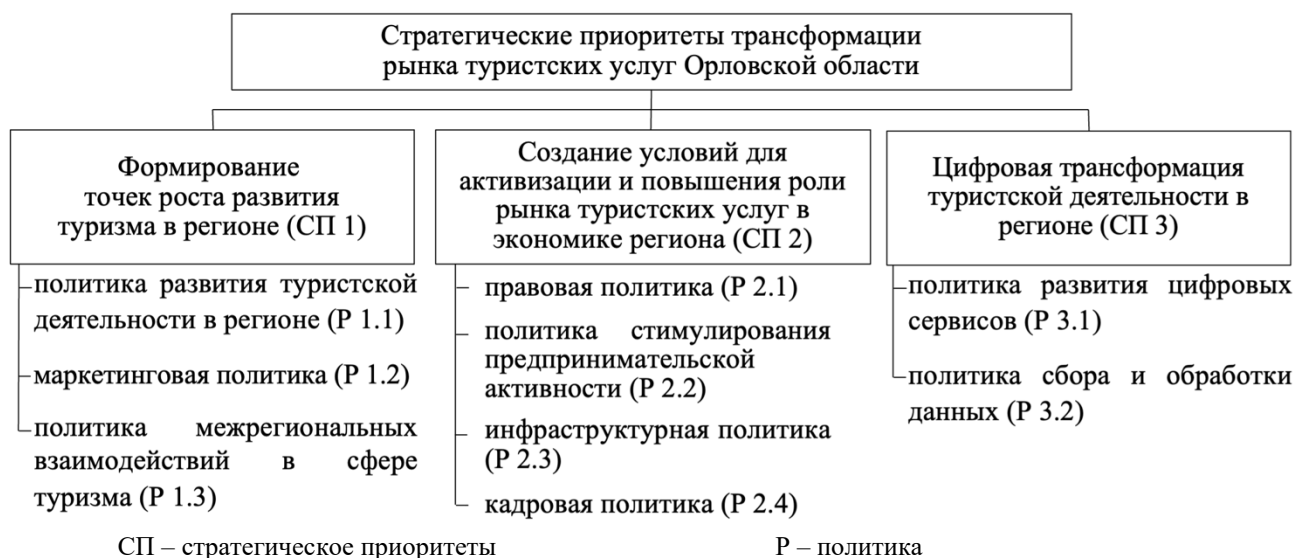


Рисунок 14 – Детализация стратегических приоритетов трансформации рынка туристских услуг Орловской области

Источник: составлено автором

С учетом результатов исследования состояния рынка туристских услуг Орловской области и специфики интереса туристов к его посещению, определено, что точками роста являются: туры выходного дня, межрегиональные маршруты, промышленный туризм, транзитный туризм. Доказана оптимальность организации еженедельно меняющихся программ туров разной тематики, циклично повторяющихся по сезонам реализации, что способствует вхождению в программы туристского обслуживания самодельных туристов, посещающих регион на автомобилях и совершающих транзит по его территории, что возможно при открытости информации. Для разнообразия туристского предложения

выработан подход к разработке продуктовой линейки, формированию инфраструктуры и сервисов транзитного туризма.

В работе предложен инновационный вариант структуры и модернизации регионального Цифрового туристского портала, миссия которого: удовлетворение потребностей туристов на всем протяжении клиентского пути – от получения информации до бронирования услуг; для субъектов – предоставление возможности осуществления туристской деятельности: от размещения предложений до послепродажного обслуживания; повышение доступности информации и предложений туристских услуг; активизация регионального рынка туристских услуг и туризма в регионе.

Синхронизация и реализация политик, подчиненных общей цели активизации и повышения эффективности функционирования регионального рынка туристских услуг, Выстроенная политика регулирования развития рынка туристских услуг Тульской области и использования имеющихся ресурсов способствовали ее лидерству среди трех регионов. обеспечит внедрение в деятельность его субъектов инструментов автоматизации, продвижение их услуг через Цифровой туристский портал Орловской области и партнерские сервисы.

7. Определены направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг, нацеленного на развитие мер государственной поддержки и стимулирование активизации деятельности субъектов и цифровизации туристской индустрии, на выработку спектра адаптированных мер саморегулирования для обеспечения достижения целевого организационного состояния и приоритетов активизации регионального рынка туристских услуг.

Определены направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг Орловской области:

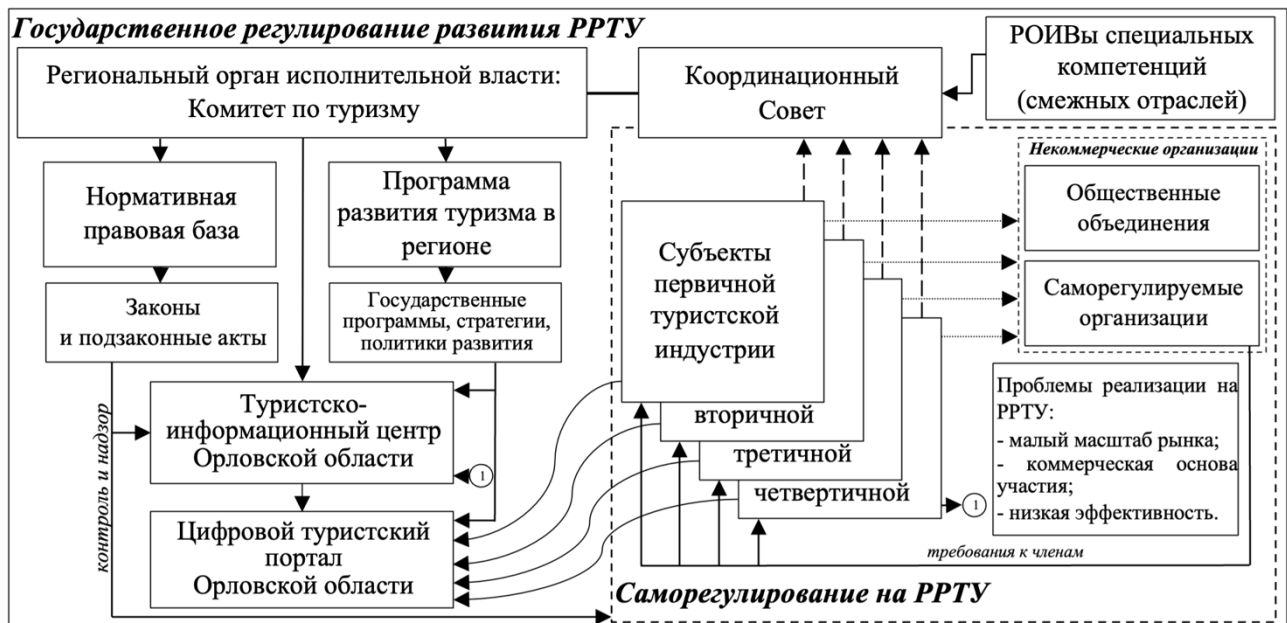
- развитие мер государственной поддержки и стимулирования активности деятельности субъектов регионального рынка туристских услуг: предоставление бизнесу возможностей: использовать функционалы и сервисы Цифрового туристского портала региона, адаптированные для использования и автоматизации туристской деятельности разных видов (туроператорской, гостиничной, экскурсионной), получать данные web-аналитики о поведении и интересах посетителей сайта, использовать инструменты повышения конверсии продаж; создание прозрачной и стабильной правовой среды функционирования регионального рынка туристских услуг; реализация проектов кадрового обеспечения деятельности предприятий туристской индустрии; установление правил и критериев распределения финансовых средств, выделенных на развитие туризма в регионе; реализация инвестиционных проектов; совершенствование процессов обработки данных и получения сведений о состоянии регионального рынка туристских услуг, необходимых для определения приоритетов развития и реализации трансформации;

- развитие цифровизации туристской индустрии через совершенствование инфраструктуры и повышение задействованности цифровых сервисов, формирование и эффективное использование цифровых каналов для продвижения туристских услуг и информации о туризме по территории

Орловской области, акцентирования внимания потребителей. Цифровые сервисы предоставят каналы коммуникаций субъектам туристской индустрии, использование которых упростит процессы продвижения и реализации туристских продуктов и услуг. Выстраивание новых форматов цифровых коммуникаций и системы дистрибуции региональных турпродуктов и услуг обеспечит модернизация и использование Цифрового туристского портала, и его интеграция с цифровыми сервисами глобальной системы дистрибуции туристских услуг, использование многоканального формата взаимодействий субъектов регионального рынка туристских услуг;

- реформирование регионального органа государственной власти, наделенного специальными компетенциями в сфере туризма и развитие саморегулирования. Аргументирована и предложена новая форма его организации – Комитет по туризму; определены его состав и структура Координационного Совета при Комитете, обеспечивающие выработку эффективных решений и консолидацию усилий субъектов по активизации туризма в регионе, осуществление контроля за реализацией трансформации регионального рынка туристских услуг, активизацию саморегулирования на рынке через активное участие предпринимателей в деятельности Комитета: бизнес обозначит необходимые условия, государство определит востребованные меры поддержки развития. Реализация предложенного подхода позволит преодолеть разобщенность в организации деятельности субъектов рынка, повысит ее результативность.

Реализация сбалансированной системы политик и решений (рис. 15) обуславливает прогрессивную трансформацию и достижение целевого организационного образа рынка туристских услуг Орловской области (рис. 16).



РРТУ – региональный рынок туристских услуг

РОИВ – региональный орган исполнительной власти

Рисунок 15 – Направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг Орловской области
Источник: разработано автором

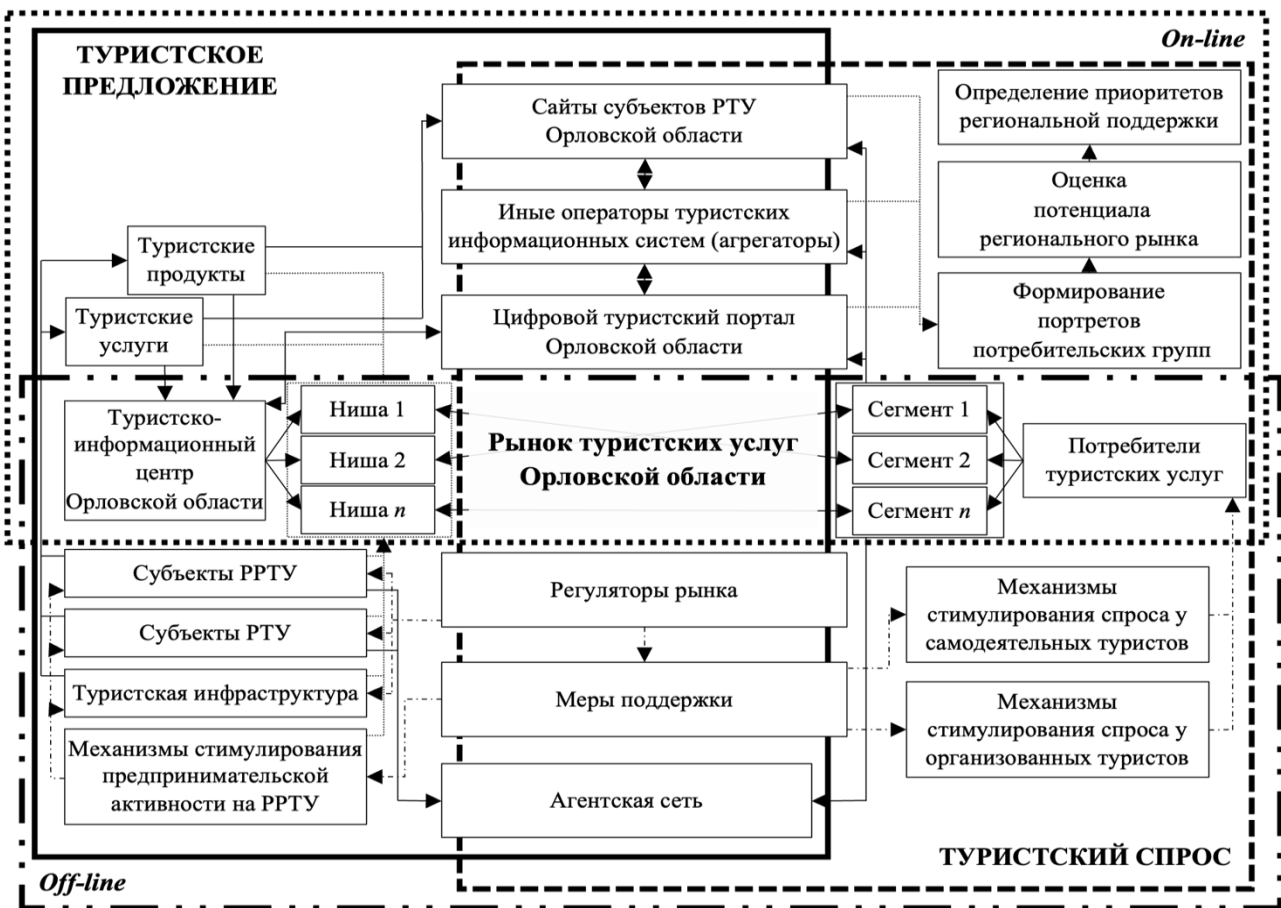


Рисунок 16 – Целевой организационный образ рынка туристских услуг Орловской области

Источник: разработано автором

Целевой организационный образ регионального рынка туристских услуг аккумулирует передовые практики использования цифровых каналов, поиска и бронирования турпродуктов и услуг потребителями, использования инструментов продвижения в цифровой среде.

8. Проведено моделирование перспектив трансформации регионального рынка туристских услуг при внедрении разработанного организационно-экономического механизма реализации трансформации, нацеленного на цифровой прогресс в совершенствовании туристской инфраструктуры, на достижение ускорения и упрощение процессов рыночного обмена. Выполненное на основе математических моделей прогнозирование ожидаемых результатов подтверждает экономические эффекты инновационного совершенствования и рост показателей экономики региона при активизации субъектов регионального рынка туристских услуг.

Проведено моделирование перспектив трансформации регионального рынка туристских услуг, что вызвало необходимость разработки организационно-экономического механизма ее реализации (рис. 17), действие которого нацелено на цифровой прогресс в совершенствовании туристской инфраструктуры, каналов дистрибуции турпродуктов и услуг, на достижение ускорения и упрощение процессов рыночного обмена.



Рисунок 17 – Организационно-экономический механизм реализации трансформации рынка туристских услуг Орловской области
Источник: разработано автором

Детализация механизма раскрывает систему взаимосвязанных форм и методов запланированного в соответствии с концептуальным подходом преобразования, которое обеспечивает развитие туризма в регионе.

Для определения перспектив реализации трансформации введены и использованы индикаторы (табл. 1), шкалы (от 0 до 1) и критерии их значений.

Таблица 1 – Индикаторы реализации трансформации рынка туристских услуг Орловской области

Тип	Обозначение	Наименование индикатора
Технологические	K_{T1}	Состояние Цифрового туристского портала Орловского региона.
	K_{T2}	Востребованность Цифрового туристского портала.
	K_{T3}	Вовлеченность бизнеса в продвижение региона как туристского направления через Цифровой туристский портал.
	K_{T4}	Реализация межрегиональных туристских продуктов.
Политические	K_{T5}	Сформирована система регулирования рынка туристских услуг.
	K_{T6}	Информационная прозрачность регионального рынка туристских услуг.
Социальные	K_{T7}	Динамика числа поисковых запросов туристской тематики.
	K_{T8}	Динамика численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения Орловской области.
	K_{T9}	Доля количества потребителей, воспользовавшихся Цифровым туристским порталом Орловской области для бронирования туристских услуг по отношению к количеству лиц, размещенных в коллективных средствах размещения.
	K_{T10}	Доля сотрудников предприятий туристской индустрии, имеющих профильное образование.
Экономические	K_{T11}	Результативность функционирования регионального рынка туристских услуг Орловской области.
	K_{T12}	Поддержка развития рынка туристских услуг в регионе.

Источник: составлено автором

Результаты реализации трансформации регионального рынка туристских услуг характеризует введенный интегральный показатель:

$$D = \sqrt[12]{\prod_{i=1}^{12} d_i} \quad (1)$$

где

$d = \exp(-\exp(-y'))$ - функция Харрингтона,

y' – шкала кодированных значений показателей,

$d = 0$ соответствует абсолютно неприемлемому, $d = 1$ – целевому значению показателя.

Положительная динамика изменения контуров значений индикаторов (рис. 18) и значений интегрального показателя (табл. 2) по запланированным этапам реализации трансформации, итоговый результат $D = 0,8412$, близкий к целевому значению, подтверждают ее эффективность.

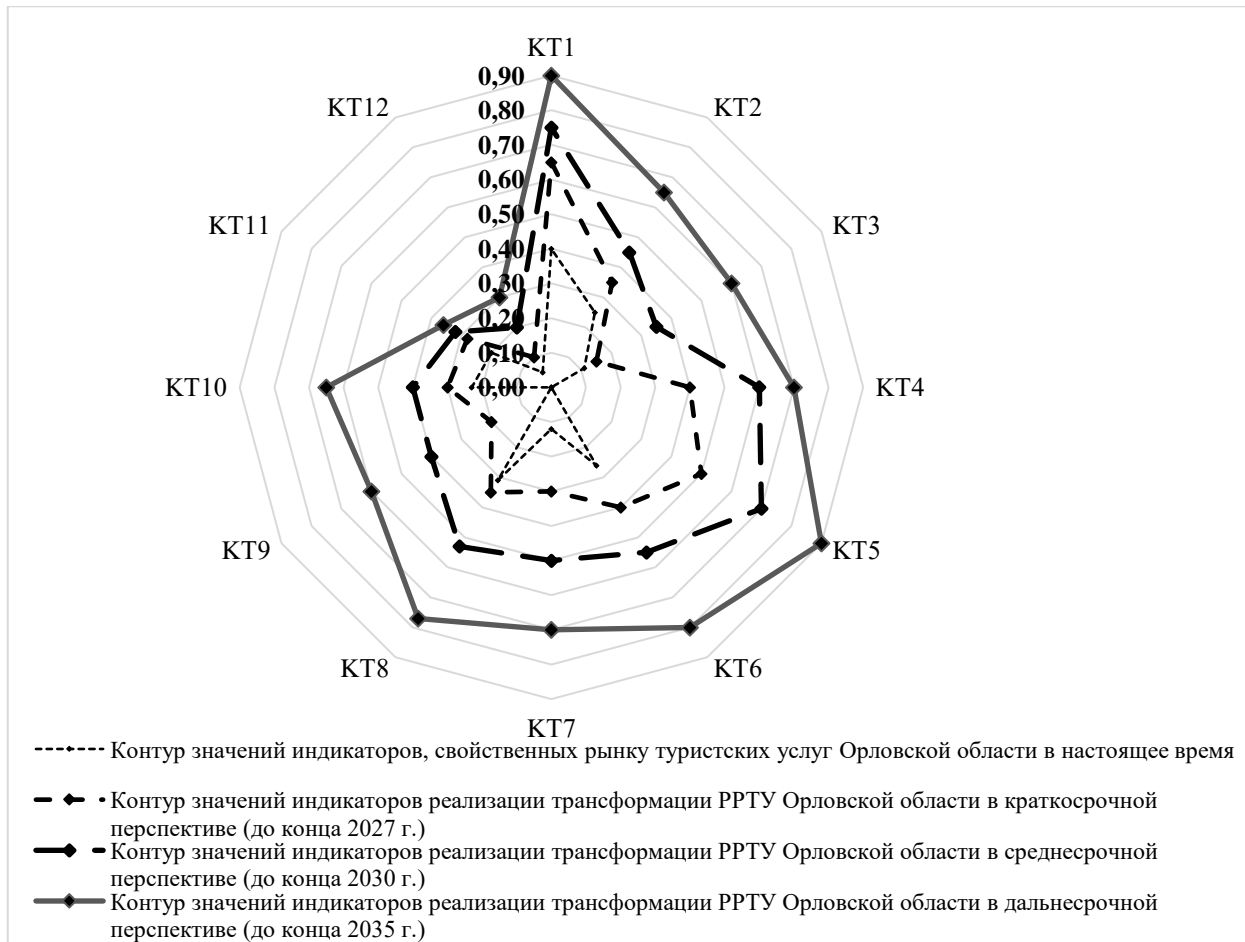


Рисунок 18 – Контурные значения индикаторов реализации трансформации рынка туристских услуг Орловской области

Источник: смоделировано автором

Таблица 2 – Значения функции Харрингтона и интегрального показателя D результата реализации трансформации рынка туристских услуг Орловской области

Функция Харрингтона	Этапы реализации трансформации			
	в настоящее время	1 этап (до конца 2027 г.)	2 этап (до конца 2030 г.)	3 этап (до конца 2035 г.)
	Значение функции Харрингтона			
d_{T1}	0,6381	0,9249	0,9620	0,9865
d_{T2}	0,2769	0,5285	0,7286	0,9249
d_{T3}	0,0327	0,0753	0,5285	0,8951
d_{T4}	0,0006	0,6381	0,8951	0,9465
d_{T5}	0,0006	0,8000	0,9465	0,9865
d_{T6}	0,3020	0,6381	0,8545	0,9730
d_{T7}	0,0412	0,4046	0,8000	0,9465
d_{T8}	0,4301	0,5285	0,8345	0,9669
d_{T9}	0,0006	0,1617	0,6381	0,8951
d_{T10}	0,2283	0,4046	0,6381	0,9249
d_{T11}	0,1617	0,3532	0,4554	0,5518
d_{T12}	0,0055	0,0255	0,1617	0,4046
$\prod_{i=1}^{12} d_i$	0,000000000000000001	0,0000015	0,0054	0,1255
Интегральный показатель, D	0,0327	0,3273	0,6469	0,8412

Источник: составлено автором

Построена модель зависимости валового регионального продукта на душу населения Орловской области ($Y_{\text{ВРП}_{\text{дн.}}}$, Y) от численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения (X_2) и числа турпакетов, реализованных населению региона по другим странам (X_3):

$$Y_{\text{мод}} = 97894,5324 + 4,2158 X_2 - 61,6515 X_3 + e, \quad (2)$$

на основе которой обосновано значимое влияние активизации регионального рынка туристских услуг на социально-экономическое развитие региона.

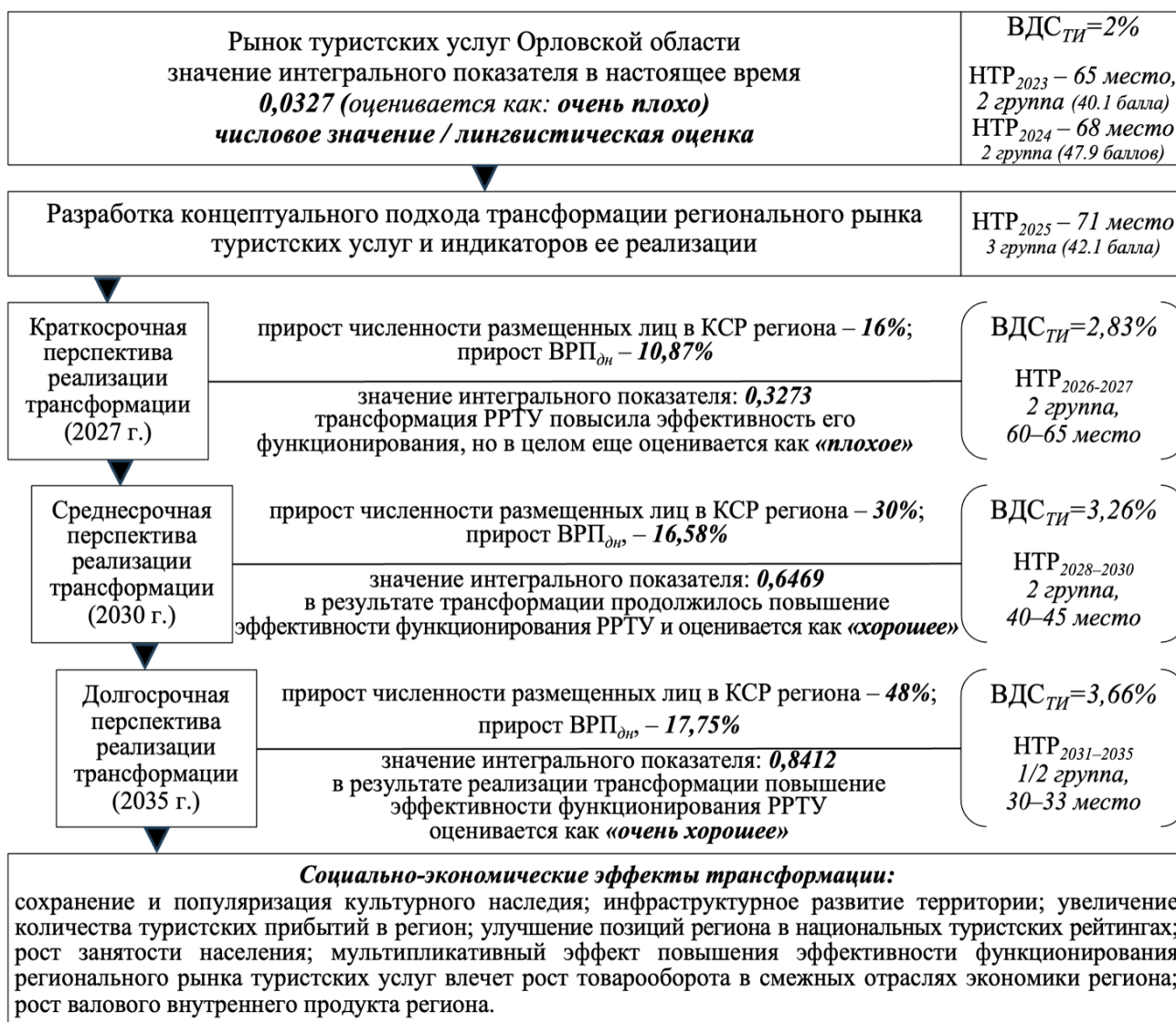
Стимулирующее воздействие реализации предложенных преобразований на валовой региональный продукт и социально-экономические показатели региона, подтверждают модели зависимостей и коэффициенты эластичности (табл. 3).

Таблица 3 – Модели зависимостей социально-экономических показателей от численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения Орловской области

Показатель	Модель зависимости	Коэф-т эласт-ти
Услуги гостиниц и услуги по предоставлению временного жилья, тыс. руб. (Z_2)	$Z_2 = 5,0452 X_2 - 254521$	1,6
Транспортные услуги, тыс. руб. (Z_3)	$Z_3 = 33,0396 X_2 - 827642,4055$	1,23
Жилищные услуги, тыс. руб. (Z_4)	$Z_4 = 13,8528 X_2 + 1172686,9568$	0,61
Услуги системы образования, тыс. руб. (Z_5)	$Z_5 = 15,5867 X_2 + 1002967,706$	0,68
Медицинские услуги, тыс. руб. (Z_6)	$Z_6 = 27,3820 X_2 - 264650,01$	1,08
Услуги учреждений культуры, тыс. руб. (Z_7)	$Z_7 = 2,8065 X_2 - 27093,0667$	1,08
Услуги физкультуры и спорта, тыс. руб. (Z_8)	$Z_8 = 2,57943 X_2 - 42004,7599$	1,14
Оборот общественного питания, млн руб. (Z_9)	$Z_9 = 0,0361 X_2 - 84,8482$	1,02
Число студентов, чел. (Z_{10})	$Z_{10} = 0,0178 X_2 + 5453,2975$	0,30
Оборот общественного питания на душу населения, руб. (Z_{11})	$Z_{11} = 0,0563 X_2 - 893,8513$	1,13
ВРП (в текущих основных ценах), млн руб. ($Y_{\text{ВРП}}$)	$Y_{\text{ВРП}} = 2,1341 X_2 + 36250,37$	0,89

Источник: рассчитано автором

Результаты исследования указывают, что смещение спроса в сферу внутреннего регионального туризма, обеспечение доступности информации и расширение спектра туристских программ, повышение качества обслуживания должно быть в зоне внимания региональных органов исполнительной власти, поскольку влечет значительные социально-экономические достижения (рис. 19) для региона, способствует повышению национального туристского рейтинга региона.



РРТУ – региональный рынок туристских услуг

КСР – коллективное средство размещения

ТИ – туристская индустрия

НТР – Национальный туристический рейтинг

Рисунок 19 – Ожидаемые результаты реализации трансформации регионального рынка туристских услуг Орловской области

Источник: составлено автором

Реализация разработанных методологических и концептуального подходов, предложенных мер цифрового развития туристской индустрии и политик трансформации регионального рынка туристских услуг позволит обеспечить комплексное развитие туризма и достижение стратегических приоритетов устойчивого экономического развития региона.

3 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате разработки теоретических, методологических, концептуальных, методических и прикладных положений трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики получены следующие научные и практические выводы.

1. На основе анализа положений общей теории рынка, теории отраслевых рынков и экономического роста, результатов прикладных исследований процессов трансформации рынка туристских услуг в условиях цифрового развития, содержательного наполнения ключевых категорий теории рынка, трактовки дефиниций «рынок», «туристский рынок», «рынок туристских услуг», выделены базовые признаки, основы, уникальные характеристики, факторы, систематизированы положения функционирования регионального рынка; автором дано определение понятия «региональный рынок туристских услуг», разработан подход к формированию уровней иерархии в классификации туризма как областей туристской деятельности по таксономическим признакам и функциональным значениям.

2. Разработана теоретическая модель функционирования регионального рынка туристских услуг, отражающая виды деятельности субъектов, принципы организации, практику туристской деятельности и конфигурации экономических отношений с применением цифровых инструментов, которая характеризует системные взаимосвязи между элементами рынка (субъекты, продукты/услуги, каналы распределения, информационные платформы) и способы их интеграции в единое экономическое пространство.

3. Разработан концептуальный подход к трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики, сфокусированный на устранении цифрового неравенства его субъектов и повышении эффективности функционирования, активизации рынка путем формирования и использования цифрового туристского пространства, канала дистрибуции, расширения спектра туристских услуг, реализации обозначенного комплекса действий: от определения необходимых условий и постановки задач трансформации до воплощения образа цифрового развития и получения обозначенного результата.

4. Структурированы потоки данных между поставщиками и потребителями рынка туристских услуг, построены структура многоканальных информационных потоков обмена данными в системе продвижения и реализации туристских услуг, система дистрибуции туристских услуг. Предложена система цифровых коммуникаций и многоканальный формат взаимодействий субъектов рынка с помощью средств цифровизации и через цифровые ресурсы агрегаторов, консолидирующих туристские предложения, которая обеспечивает интеграцию каналов дистрибуции региональных рынков в глобальную систему продвижения и реализации туристских услуг, автоматизацию процессов обмена информацией и данными, реализацию туристской деятельности в единой цифровой среде.

5. Усовершенствован научно-методический инструментарий исследования состояния, специфики трансформации и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг, базирующийся на отборе и систематизации источников информации и показателей, наиболее важных для целостного и полного их понимания. Предложенный инструментарий использован при исследовании состояния рынков туристских услуг Орловской, Тульской и Липецкой областей. Определены проблемные поля

функционирования рынка туристских услуг Орловской области; установлено, что выявленные проблемы характерны и для рынков других областей.

6. Сформированы и обоснованы стратегические приоритеты трансформации регионального рынка туристских услуг, детализированные через систему политик, направленных на устранение проблемных полей, активизацию и повышение эффективности его функционирования, обозначены точки роста туристского предложения в Орловском регионе. Реализация политик и направленность реализации трансформации в соответствии с стратегическими приоритетами способствуют активизации туризма и туристской деятельности в регионе, более эффективной организации взаимодействий на рынке.

7. Сформированы направления совершенствования регулирования процессов трансформации регионального рынка туристских услуг: предложены меры государственного стимулирования цифровизации в отрасли через модернизацию Цифрового туристского портала, обеспечение цифрового совершенствования системы дистрибуции региональных туристских услуг и интеграции с цифровыми сервисами глобальной системы дистрибуции туристских услуг; меры поддержки деятельности субъектов и выработки спектра адаптированных мер саморегулирования; обозначены подходы к реализации выработанных политик.

8. Выполнено моделирование перспектив трансформации регионального рынка туристских услуг при внедрении разработанного организационно-экономического механизма ее реализации. Определены контуры значений индикаторов в процессе его трансформации регионального рынка туристских услуг к целевому образу, обосновано стимулирующее воздействие реализации предложенных преобразований на социально-экономические показатели региона. Расчетные ожидаемые результаты реализации трансформации регионального рынка туристских услуг подтверждают высокую результативность предложений и экономическую целесообразность их применения.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

а) публикации в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. **Шмарков, М. С.** Процессы функционирования регионального рынка туристских услуг: разработка теоретической модели // М. С. Шмарков // Экономические и гуманитарные науки. – 2026. – № 1(408). – С. 108-118. – 0,88 п.л.

2. **Шмарков, М. С.** Организационно-экономический механизм реализации трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития экономики / М. С. Шмарков // Сервис в России и за рубежом. – 2025. – Т. 19, № 5(120). – С. 180-193. – 1,09 п.л.

3. **Шмарков, М. С.** Теоретико-методологические основы

функционирования регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития / М. С. Шмарков, С. Ю. Цёхла // Сервис в России и за рубежом. – 2025. – Т. 19, № 4. – С. 109-126. – 1,61 п.л. (авт. 0,8 п.л.).

4. **Шмарков, М. С.** Методический подход к исследованию состояния регионального рынка туристских услуг / М. С. Шмарков // Russian Journal of Economics and Law. – 2025. – Т. 19, № 4. – С. 826–855. – 2,43 п.л.

5. Цёхла, С. Ю. Концептуальные основы трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития / С. Ю. Цёхла, **М. С. Шмарков** // Форпост науки. 2025. – Т. 19, №3. – 0,59 п.л. – С. 16-25. – (авт. 0,29 п.л.).

6. **Шмарков, М. С.** Трансформации деятельности субъектов рынка туристских услуг и технологий в условиях цифрового развития / М. С. Шмарков, С. Ю. Цёхла // Сервис в России и за рубежом. – 2025. – Т. 19, № 1(116). – С. 30-50. – 1,65 п.л. (авт. 0,82 п.л.).

7. **Шмарков, М. С.** Гастрономический туризм как драйвер развития регионального рынка туристских услуг: оценка состояния и перспективы / М. С. Шмарков, С. Ю. Цёхла, Л. И. Шмаркова, М. В. Казакова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2024. – Т. 10, № 4. – С. 67-83. – 1,06 п.л. (авт. 0,3 п.л.).

8. **Шмарков, М. С.** Оценка и сравнение туристского потенциала и общественных рейтингов регионов в задаче развития регионального рынка туристских услуг (на примере Орловской области) / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Russian Journal of Economics and Law. – 2024. – Т. 18, № 3. – С. 729-758. – 2,34 п.л. (авт. 1,17 п.л.).

9. **Шмарков, М. С.** Реализация программ активного туризма как драйвер развития регионального рынка туристских услуг / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова, А. В. Анисимов // Экономическая среда. – 2024. – Т. 13, № 1. – С. 87-93. – 0,69 п.л. (авт. 0,23 п.л.).

10. Шмаркова, Л. И. Результаты реализации программы «Туристический кешбэк» / Л. И. Шмаркова, **М. С. Шмарков**, Е. А. Шмаркова, Е. А. Макаров // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2023. – Т. 9, № 2. – С. 63-75. – 1,13 п.л. (авт. 0,28 п.л.).

11. **Шмарков, М. С.** Новые условия и тренды деятельности туристских организаций / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова, Е. А. Боброва // Вестник ОрелГУЭТ. – 2022. – № 3(61). – С. 26-29. – 0,42 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

12. **Шмарков, М. С.** Повышение эффективности туроператорской деятельности на основе расширения интеграции / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7, № 4. – С. 51-64. – 1,09 п.л. (авт. 0,55 п.л.).

13. Сапунова, Е. В. Особенности выстраивания партнерских отношений в системе франчайзинга в туризме / Е. В. Сапунова, **М. С. Шмарков**, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2021. – № 4(58). – С. 15-19. – 0,4 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

14. Сапунова, Е. В. Особенности продвижения и реализации туристских продуктов в 2020-2021 гг. / Е. В. Сапунова, Л. И. Шмаркова, **М. С. Шмарков** //

Вестник ОрелГИЭТ. – 2021. – № 3(57). – С. 8-11. – 0,4 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

15. **Шмарков, М. С.** Адаптация деятельности предприятий туристской индустрии к кризисным условиям / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова, Е. А. Шмаркова // Вестник ОрелГУЭТ. – 2021. – № 2(56). – С. 37-41. – 0,47 п.л. (авт. 0,16 п.л.).

16. **Шмарков, М. С.** Особенности реализации услуг средств размещения / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2019. – № 1(47). – С. 113-117. – 0,42 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

17. **Шмарков, М. С.** Аспекты риск-ориентированного подхода к ведению предпринимательской деятельности на рынке туризма / М. С. Шмарков, Л. И. Малявкина // Вестник ОрелГИЭТ, – 2018. – № 4(46). – С. 129-134. – 0,43 п.л. (авт. 0,22 п.л.).

18. **Шмарков, М. С.** Основы формирования туристского кластера Орловской области / М. С. Шмарков, А. А. Шарденкова, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 3(41). – С. 116-120. – 0,55 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

19. **Шмарков, М. С.** GDS системы как инновационный механизм повышения эффективности предпринимательской деятельности на рынке туризма / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 3(41). – С. 73-79. – 0,56 п.л. (авт. 0,19 п.л.).

20. **Шмарков, М. С.** Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туристских услуг / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2(40). – С. 75-79. – 0,34 п.л. (авт. 0,12 п.л.).

21. **Шмарков, М. С.** Виды деятельности туристских организаций в системе новых кодов ОКВЭД / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Малявкина // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1(39). – С. 98-102. – 0,44 п.л. (авт. 0,15 п.л.).

22. **Шмарков, М. С.** Технологии электронной коммерции в деятельности туристских организаций / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4(38). – С. 111-115. – 0,42 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

23. **Шмарков, М. С.** Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности на рынке туризма / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3(37). – С. 84-89. – 0,41 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

24. **Шмарков, М. С.** Влияние геополитических факторов на развитие рынка туризма и деятельность компаний / М. С. Шмарков, М. С. Мусалитина // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 2(36) – С. 134-139. – 0,36 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

25. Мусалитина, М. С. Новейшая история геополитики туризма / М. С. Мусалитина, **М. С. Шмарков**, Л. И. Губарева // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2016. – № 2(71). – С. 33-37. – 0,44 п.л. (авт. 0,15 п.л.).

26. **Шмарков, М. С.** Взаимодействие предпринимательских структур на рынке туризма: формы, проблемы и перспективы / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 4(34). – С. 75-86. – 0,83 п.л. (авт. 0,42 п.л.).

б) публикации в изданиях, входящих в международные базы данных и системы цитирования:

27. **Shmarkov, M.** Assessment of tour operators competitiveness based on innovative pricing strategies / M. Shmarkov, L. Shmarkova, E. Shmarkova // International Scientific Conference «Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism», (27-29 February, 2020). The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS). – European Publisher, 2020 – P. 3355-3364 – 0,67 п.л. (авт. 0,23 п.л.).

28. **Shmarkov, M. S.** Digital tools for searching and booking of tourist products / M. S. Shmarkov, L. I. Shmarkova, I. I. Sergeeya // Proceedings of the International Scientific and Practical Conference on Digital Economy (ISCDE 2019). Advances in Economics, Business and Management Research, volume 105 (Available Online, December, 2019.). – Published by Atlantis Press, 2019. – P. 344-347. – 0,53 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

29. **Shmarkov, M. S.** Digital technologies in the organization and management of tourist organizations / M. S. Shmarkov, L. I. Shmarkova, E. A. Shmarkova // 1st International Scientific Conference «Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth» (MTDE 2019). Advances in Economics, Business and Management Research, volume 81 (Available Online, May, 2019.). – Published by Atlantis Press, 2019. – P. 98-101. – 0,53 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

30. **Shmarkov, M.** The leading role of crises in the regulation and development of entrepreneurship in the tourism market / M. Shmarkov, L. Shmarkova, L. Gubareva // 3rd International Conference on Social, Economic, and Academic Leadership (ICSEAL 2019). Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 318 (Available Online, May, 2019.). – Published by Atlantis Press, 2019. – P. 182-188. – 0,83 п.л. (авт. 0,28 п.л.).

31. Basic Characteristics of Information Economy: Theoretical Features and Analytical Aspects / Karina V. Kuznetsova; Elena N. Klochkova; Tatiana L. Lukyanchikova; **Mikhail S. Shmarkov** // Models of Modern Information Economy: Conceptual Contradictions and Practical Examples. Emerald Publishing Limited, 2018. – P. 27-34 – 0,72 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

в) монографии:

32. **Шмарков, М. С.** Методология оценки состояния и развития региональных рынков туристских услуг: монография / М. С. Шмарков. – Орёл: ОГУ имени И.С. Тургенева, 2025. – 222 с. – 13,4 п.л.

33. **Шмарков, М. С.** Региональный рынок туристских услуг Орловской области: трансформация и перспективы развития: монография / М. С. Шмарков. – Орёл: ОГУ имени И.С. Тургенева, 2025. – 173 с. – 10,8 п.л.

34. **Шмарков, М. С.** Тенденции совершенствования технологий формирования и бронирования услуг организациями на рынке туризма / М. С. Шмарков [и другие]; под ред. д.э.н., проф. Л.И. Малявкиной // Технологические тренды и модели цифровой трансформации экономики: монография. – Орёл: ОрелГУЭТ, 2020. – С. 89-104. – 10,44 п.л. (авт. 0,95 п.л.).

35. **Шмарков, М. С.** Формирование новых методов адаптации маркетинговых решений туристских организаций к изменяющимся рыночным условиям на уровне региона / М. С. Шмарков [и другие]; под общ. ред. д.э.н. Н. И. Лыгиной // Инновационное развитие предпринимательского сектора в сфере региональной экономики: монография. – Орел: ОрелГИЭТ, 2015. – С. 169-194. – 13,69 п.л. (авт. 0,5 п.л.).

г) публикации в других изданиях (журналах, сборниках трудов и материалах конференций):

36. **Шмарков, М. С.** Цифровые сервисы при трансформации регионального рынка туристских услуг (на примере Орловской области) / М. С. Шмарков // Политика и право, государство и экономика в условиях глобальных трансформаций : сборник докладов III Всероссийской научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 21 ноября 2025 г. Ростов-на-Дону : ЮРИУ РАНХиГС, 2026 – С. 577-582. – 0,35 п.л.

37. **Шмарков, М. С.** Модель современной системы дистрибуции на региональном рынке туристских услуг / М. С. Шмарков // Туризм в современном мире. Проблемы и перспективы : сборник статей по материалам XIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Тула, 11 декабря 2025 г. – Тула : ТулГУ, 2026. – С. 398-402. – 0,23 п.л.

38. **Шмарков, М. С.** К вопросу разработки единой цифровой платформы в сфере туризма / М. С. Шмарков, А. А. Шавло, // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма : материалы X Международной научно-практической конференции. Республика Крым, г. Судак, пгт. Форос, 22-23 мая 2025 г. – Симферополь: ИТ «Ариал», 2025. – С. 50-54. – 0,35 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

39. **Шмарков, М. С.** Цифровые инструменты развития рынка туристских услуг / М. С. Шмарков, А. А. Шавло // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма : материалы XIII Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 24-25 апреля 2025 года. – Ставрополь : АГРУС Ставропольского государственного аграрного университета, 2025. – С. 120-124. – 0,26 п.л. (авт. 0,13 п.л.).

40. **Шмарков, М. С.** Событийный туризм как фактор развития туризма в регионе / М. С. Шмарков, М. Н. Федина // Предпринимательство и сервис: стратегии и инновации для устойчивого развития : материалы Всероссийской научно-практической конференции, Орёл, 23 мая 2025 года. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2025. – С. 327-334. – 0,34 п.л. (авт. 0,17 п.л.).

41. Козлов, Н. В. Аспекты использования цифровых инструментов на рынке туристских услуг / Н. В. Козлов, **М. С. Шмарков** // Цифровые инструменты обеспечения устойчивого развития экономики и образования: новые подходы и актуальные проблемы : сборник научных трудов IV-й Национальной научно-практической конференции (с международным участием), Орел, 23 апреля 2025 года. – Орёл : РАНХиГС, 2025. – С. 92-97. – 0,3 п.л. (авт. 0,15 п.л.).

42. **Шмарков, М. С.** Инвестиции как фактор развития регионального рынка туристских услуг / М. С. Шмарков // Актуальные проблемы и перспективы развития сферы услуг : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Орёл, 21 января 2025 года. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2025. – С. 320-326. – 0,3 п.л.

43. **Шмарков, М. С.** Проблемы и перспективы организации туристской деятельности в форме фрилансеров и самозанятых на рынке туристских услуг / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова, С. Ю. Цёхла // VI Арригиевские чтения по теме: «Путь России в будущий мировой порядок» : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Орёл, 29 ноября 2024 года. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2024. – С. 231-241. – 0,44 п.л. (авт. 0,15 п. л.).

44. Шмаркова, Л. И. Аспекты управления развитием сферы туризма и туристской деятельности в регионе / Л. И. Шмаркова, **М. С. Шмарков**, К. В. Янченко // Цифровые инструменты обеспечения устойчивого развития экономики и образования : новые подходы и актуальные проблемы: Сборник научных трудов III-й Национальной научно-практической конференции (с международным участием), Орел, 23 апреля 2024 г. – Орёл : Издательство Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС, 2024. – С. 145-149. – 0,29 п.л. (авт. 0,1 п.л.).

45. Шуваева, Д. С. Событийный туризм: региональная практика, проблемы организации и рекомендаций по развитию / Д. С. Шуваева, **М. С. Шмарков** // Россия в глобальных мировых процессах : история и актуальные проблемы современности: материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Дзержинск, 01 декабря 2022 г. – Дзержинск : ННГУ им. Н.И. Лобачевского. – С. 158-165. – 0,33 п.л. (авт. 0,17 п.л.).

46. **Шмарков, М. С.** Роль и практика использования программы «Туристический кэшбэк» туроператорами / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции, Елец, 20-21 апреля 2022 г. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2022. – С. 232-236. – 0,29 п.л. (авт. 0,15 п.л.).

47. **Шмарков, М. С.** Регулирование туристской деятельности в условиях распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, Л. И. Шмаркова // Образование и наука без границ : фундаментальные и прикладные исследования. – 2021. – № 14. – С. 70-74. – 0,37 п.л. (авт. 0,13 п.л.).

48. **Шмарков, М. С.** Трансформации туристского спроса в Российской Федерации / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации : сборник научных трудов. – 2021. – С. 93-98. – 0,36 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

49. **Шмарков, М. С.** Проблема поддержки туристского бизнеса в условиях реализации глобальных рисков / М. С. Шмарков, Л. И. Легостаева, Л. И. Шмаркова // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры: материалы II Международной научно-практической

конференции, Орел, 24-25 апреля 2020 г. – Орёл : ОГУ им. И. С. Тургенева, 2020. – С. 115-121. – 0,52 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

50. Ветрова, Е. С. Исследование удовлетворенности потребителей туристских продуктов, реализуемых туристскими организациями города Орла / Е. С. Ветрова, **М. С. Шмарков** // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы барьеры: материалы II Международной научно-практической конференции, Орёл, 24-25 апреля 2020 г. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2020. – С. 9-13. – 0,39 п.л. (авт. 0,2 п.л.).

51. **Шмарков, М. С.** Проблемы регулирования предпринимательской деятельности в сфере туризма / М. С. Шмарков // Стратегии развития предпринимательства в современных условиях : сборник научных трудов IV национальной (с международным участием) научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 23-24 января 2020 г. – Санкт-Петербург : Издательство СПбГЭУ, 2020. – С. 53-56. – 0,17 п.л.

52. **Шмарков, М. С.** Организация сайта как инструмента маркетинга туристских организаций и гостиничных предприятий / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова, И. С. Оборотова // Национальные экономические системы в контексте формирования цифровой экономики : Материалы международной научно-практической конференции, Нальчик, 02-03 октября 2019 года. – Нальчик : Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М. Кокова, 2019. – С. 618-622. – 0,27 п.л. (авт. 0,09 п.л.).

53. Дорофеева, Е. Ю. Использование поисковых информационных систем, как фактор повышения эффективности турагентской деятельности / Е. Ю. Дорофеева, **М. С. Шмарков** // Молодежь и наука XXI века : Материалы Международной научной конференции, Ульяновск, 13 декабря 2018 года. Том I. – Ульяновск: УлГАУ, 2018. – С. 268-271. – 0,22 п.л. (авт. 0,11 п.л.).

54. Коннова, М. В. Специфика маркетинга-менеджмента в индустрии туризма / М. В. Коннова, **М. С. Шмарков** // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства : Материалы 5-й Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием, Рязань, 15 ноября 2018 г. – Рязань: РГУ имени С.А. Есенина, 2018. – С. 173-177. – 0,26 п.л. (авт. 0,13 п.л.).

55. Блынская, Е. С. Тенденции формирования спроса как ориентир деятельности компаний на рынке туризма / Е. С. Блынская, **М. С. Шмарков**, Л. И. Шмаркова // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: Материалы 5-й Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием, Рязань, 15 ноября 2018 г. – Рязань: Редакционно-издательский центр РГУ имени С.А. Есенина, 2018. – С. 191-195. – 0,16 п.л. (авт. 0,06 п.л.).

56. Тульская, А. С. Проблемы развития внутреннего туризма в Российской Федерации / А. С. Тульская, **М. С. Шмарков** // Развитие туризма в контексте инновационных процессов современной экономики: сборник материалов международной научно-практической конференции, Елец, 03-04 октября 2018 г. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2018. – С. 359-364. – 0,25 п.л. (авт. 0,13 п.л.).

57. **Шмарков, М. С.** Современные аспекты классификации видов деятельности в туризме / М. С. Шмарков // Путь в науку. Профессиональное обучение: потенциал развития региональной экономики. Серия: Наука без границ. Выпуск – II. Материалы регионального форума «Вектор профессионального развития», Орёл, 14-15 декабря 2017 г. – Москва : «Угрешская Типография», 2017. – С. 155-159. – 0,27 п.л.

58. **Шмарков, М. С.** Упрощение визового режима как механизм развития въездного туризма и фактор повышения эффективности предпринимательской деятельности на рынке туризма / М. С. Шмарков // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований : сборник научных трудов. – 2017. – № 5. – С. 185-189. – 0,28 п.л.

59. **Шмарков, М. С.** Использование электронной коммерции как средства конкурентоспособности туристских организаций / М. С. Шмарков, Е. А. Шмаркова // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований : сборник научных трудов. – 2016. – № 4. – С. 63-66. – 0,28 п.л. (авт. 0,14 п.л.).

60. **Шмарков, М. С.** Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туризма / М. С. Шмарков // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4(16), – С. 150-152. – 0,2 п.л.

61. **Шмарков, М. С.** Проблемы развития современного рынка туризма и аспекты деятельности компаний / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований : сборник научных трудов. – 2016. – № 3. – С. 305-309. – 0,35 п.л. (авт. 0,18 п.л.).

62. **Шмарков, М. С.** Особенности развития выездного и внутреннего туризма в современных рыночных условиях / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований : сборник научных трудов. – 2016. – № 2. – С. 308-314. – 0,55 п.л. (авт. 0,28 п.л.).

63. **Шмарков, М. С.** Оптимизация технологий взаимодействий организаций на рынке туризма / М. С. Шмарков, Н. А. Дурнев, Л. И. Шмаркова // Материалы IV Международной научно-практической конференции «Управление инновациями в сфере обслуживания», Орёл, 27-29 апреля 2015 г. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2015. – С. 226-235. – 0,51 п.л. (авт. 0,17 п.л.).

64. **Шмарков, М. С.** Повышение эффективности туристского бизнеса на основе использования специализированных поисковых систем / М. С. Шмарков, С. А. Малыш, Л. И. Шмаркова // Материалы IV Международной научно-практической конференции «Управление инновациями в сфере обслуживания», Орёл, 27-29 апреля 2015 г. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2015. – С. 238-243. – 0,35 п.л. (авт. 0,12 п.л.).

65. **Шмарков, М. С.** Развитие российского рынка туризма в условиях санкций и кризиса / М. С. Шмарков, Д. В. Явтушенко, Я. О. Головина // Материалы IV Международной научно-практической конференции «Управление инновациями в сфере обслуживания», Орёл, 27-29 апреля 2015 г. – Орёл : ОГУ им. И.С. Тургенева, 2015. – С. 244-249. – 0,25 п.л. (авт. 0,09 п.л.).

66. **Шмарков, М. С.** Проблемы формирования спроса и предложения туристской услуги / М. С. Шмарков, С. В. Шмарков // Актуальные проблемы

качества и безопасности потребительских товаров : Материалы III Всероссийской научной конференции молодых ученых, Орел, 28 мая 2014 г. – Орёл : ОрелГИЭТ, 2014. – С. 51-57. – 0,39 п.л. (авт. 0,2 п.л.).

67. **Шмарков, М. С.** Концепция повышения конкурентоспособности туристской организации в условиях отраслевого кризиса / М. С. Шмарков // Мировая наука и современное общество : Актуальные вопросы финансов, экономики и управления. Материалы международной научной конференции, Иерусалим, Эйв-Бокек (Израиль), 10–17 ноября 2013 г. – Орёл : ОрелГИЭТ, 2014. – С. 156-165. – 0,6 п.л.