

**СЕЛЕЗНЕВА ВЕРОНИКА ВЛАДИМИРОВНА**

**ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЫ  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**Специальность 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика  
(экономика сферы услуг)**

**АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук**

**Санкт-Петербург - 2025**

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

**Научный руководитель -** кандидат экономических наук, доцент  
**Волков Павел Александрович**

**Официальные оппоненты:** **Романов Максим Сергеевич**  
доктор экономических наук, доцент  
Одинцовский филиал ФГАОУ ВО  
«Московский государственный институт  
международных отношений (университет)  
Министерства иностранных дел РФ»,  
заведующий кафедрой туризма,  
гостеприимства и креативных индустрий

**Тестина Яна Сергеевна,**  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский  
государственный университет»,  
заведующая кафедрой страноведения и  
международного туризма

**Ведущая организация -** Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего  
образования **«Санкт-Петербургский  
политехнический университет Петра  
Великого»**

Защита диссертации состоится «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 г. в \_\_\_\_\_ часов на заседании диссертационного совета 24.2.386.03, созданного на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», по адресу: 191023, город Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, литер А., ауд. 3033.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте <http://www.unecon.ru/dis-sovety> федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Автореферат разослан «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Т.А. Лаврова

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы диссертационного исследования.** Деятельность предприятий индустрии туризма способствует развитию территорий, позволяет создавать объекты инфраструктуры и положительно влияет на качество жизни населения. Правительством РФ в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» предусмотрены масштабные меры поддержки туристической отрасли, включающие значительные бюджетные ассигнования и привлечение частных инвестиций. На реализацию данного национального проекта из федерального бюджета, консолидированных бюджетов субъектов РФ, а также внебюджетных источников в 2023 году было предусмотрено выделение около 232 млрд руб., основная часть которых приходилась на мероприятия по созданию объектов туристской и обеспечивающей инфраструктуры.

Несмотря на существенный вклад государства в развитие индустрии туризма, в период 2020-2024 гг. обострились факторы, тормозящие ее развитие, а именно: высокая стоимость путешествий для основной массы населения с связи с их низкими доходами, слаборазвитая туристская инфраструктура в регионах РФ в связи с высоким износом региональных средств размещения и неразвитостью туристской инфраструктуры, отсутствие знаний у населения о тех или иных туристских дестинациях в связи со слабой информационной поддержкой национальных турпродуктов, сложность доступа и высокая стоимости инвестиционных ресурсов.

Каждое из предприятий индустрии туризма в отдельности обладает ограниченными ресурсами для преодоления негативных факторов, поэтому назрела необходимость решения задачи формирования системы организационных взаимодействия предпринимателей, местных сообществ, органов государственного управления на федеральном и региональном уровнях, местного самоуправления. По прогнозам, к 2025 г. около 30% корпоративного дохода в мире будут генерировать цифровые бизнес-системы, однако в индустрии туризма такой способ взаимодействия предпринимательских структур друг с другом и со внешней средой развит недостаточно. Создание инновационной экосистемы индустрии туризма с целью развития региональных и национального рынка туристских услуг требует внедрения эффективных инструментов взаимодействия всех участников для достижения общих целей по минимизации затрат при разработке и коммерциализации качественных национальных турпродуктов.

Формирование инновационной экосистемы индустрии туризма позволит достичь целевых показателей Национального проекта, а именно: трехкратного роста количества поездок граждан РФ по своей стране, увеличение числа рабочих мест в отрасли до почти 6 млн человек, увеличение вклада туристской отрасли в ВВП страны до 5%.

Недостаточная изученность вопросов развития инновационной деятельности рынка туристских услуг и формирования инновационной

экосистемы индустрии туризма определяет необходимость проведения диссертационного исследования.

**Степень научной разработанности темы диссертационного исследования.** Изучением аспектов, связанных с инновационными стратегиями развития экономических систем, занимались такие ученые как: Карпова Г. А., Шарафанова Е.Е., Сантарсиеро Ф., Лерро А., Карлуччи Д., Истрем А., Агогу М., Абернати В., Кларк К., Рубан Д.А.

Теоретические аспекты развития экосистемного подхода в инновационной деятельности рассматривались в работах: Ашиновой М.К., Пригода Л.В., Ешуговой С.К., Кадакоевой Г.В., Благова Е.Ю., Кулаевой Н.И., Гришковой Н.С., Денисова И.В., Положишниковой М.А., Куттыбаевой Н.Б., Петренко Е.С., Кшнякина П.А., Кулакова К.Ю., Верстиной Н.Г., Мещеряковой Т.С., Обыденова А.Ю., Козлова А.В., Сердюкова С.Д, Сердюковой Н.К., Гришковой Н.С., Лондри М., Фуррер О., Монферрер Тирадо Д, Молинер Т., Мустак М., Ндоу В., Троици О., Визвици А., Гримальди М., Абузьяровой М.И., Дубиной И.Н., Кувшинова Р.А.

Проблемам инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства посвящены работы: Карповой Г.А., Шарафановой Е.Е., Звайгне А., Миетуле И., Котане И., Ченг К., Джайвардена К., Чинар К., Манзани И., Булчанд-Гидумал Д., Янг Р., Денг И., Морозова М.М., Морозовой Н.С., Вартановой М.Л., Волкова А.И.

Несмотря на значительное число публикаций, в том числе диссертационных исследований, посвященных разным аспектам экосистемного подхода к формированию и развитию индустрии туризма, не удастся получить целостное комплексное представление о происходящих процессах, что влечет необходимость дополнительной проработки вопросов, связанных с экосистемным подходом к коннекции инновационных процессов в индустрии туризма.

**Цель диссертационного исследования** состоит в разработке научно-методического обеспечения формирования инновационной экосистемы индустрии туризма.

Для достижения цели диссертационного исследования были поставлены следующие **задачи**:

- уточнить понятие индустрии туризма в контексте современных тенденций и трендов экономики сферы услуг и теории формирования инновационных экосистем;

- охарактеризовать особенности и специфические черты инновационной экосистемы индустрии туризма;

- сформировать концепцию региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма;

- обосновать модель для оценки эффективности инновационной цифровой экосистемы индустрии туризма на региональном уровне;

- разработать методический подход к рейтингованию резидентов региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии

туризма, позволяющий определить уровень их лояльности принципам ESG-политики.

**Объектом исследования** является инновационная экосистема индустрии туризма, формирование и развитие которой происходит в современных социально-экономических условиях в России.

**Предметом диссертационного исследования** являются организационно-экономические отношения между организациями индустрии туризма, органами государственного управления, местного самоуправления, возникающие в процессе формирования инновационной экосистемы индустрии туризма.

**Теоретической основой исследования** служат как фундаментальные, так и прикладные работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросам развития индустрии туризма, цифровизации, формированию инновационных экосистем и устойчивому развитию, также анализировались нормативно-правовые акты государственных органов Российской Федерации, регулирующие работу сферы туризма и гостеприимства.

**Методологическая основа исследования** включает в себя ряд общенаучных методов, таких как анализ, классификация, сравнения, другие диалектические методы науки, такие как феноменологический, системный анализ. В дополнение к этому применялись эмпирические методы, включая метод изучения литературы, документов и результатов деятельности, метод экспертных оценок, табличные и графические методы визуализации статистических данных, метод интегральной оценки.

**Информационную базу диссертационного исследования составляют** общие нормативно-правовые акты в сфере государственного управления в туризме, нормативно-правовые акты Ростуризма, официальная статистическая отчетность, нормативно-правовые акты государственного надзора в сфере туризма, Постановления и Распоряжения Правительства РФ о мерах господдержки в сфере туризма, отчеты аналитических агентств, участвующих в составлении ESG-рейтингов, материалы международных конференций, посвященных вопросам развития туристской индустрии.

**Соответствие диссертации Паспорту научной специальности.** Отраженные в данном диссертационном исследовании научные положения соответствуют Паспорту научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг): п. 4.15. «Туризм и рекреация»; 4.20. «Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг».

**Обоснованность и достоверность полученных результатов исследования** обусловлена следующими факторами: а) использованием фундаментальных исследований и прикладных работ отечественных и зарубежных ученых в области инновационного развития индустрии туризма, региональной экономики; б) использованием актуальных данных официальной статистики; в) публикацией результатов исследования в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК РФ, обсуждением результатов исследования на международных конференциях.

**Научная новизна исследования** заключается в разработке теоретического обоснования и методических подходов к формированию инновационной экосистемы индустрии туризма в контексте принципов ESG-политики и организации инновационной деятельности в сфере туризма.

**Наиболее существенные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем:**

1. Уточнено понятие «индустрия туризма» как совокупности предприятий сферы услуг, которые осуществляют деятельность по оказанию туристам или экскурсантам услуг характерных для туризма и обеспечивающих комплексное удовлетворение потребностей туристов в соответствии с видом туризма, целью и сроком пребывания в туристской дестинации. При этом к услугам характерным для туризма относятся основные (услуги турагентов и туроператоров, услуги размещения, услуги туристских аттракций, услуги предприятий питания, транспортные услуги), дополнительные (услуги гидов, переводчиков, экскурсоводов, услуги по решению вопросов с туристскими формальностями, информационные услуги) и сопутствующие (страховые услуги, финансовые услуги, услуги связи, торговые услуги).

2. Охарактеризованы и выделены ключевые особенности инновационной экосистемы индустрии туризма как клиентоцентричной системы взаимодействующих субъектов предоставления услуг характерных для туризма, устойчивое развитие которой базируется на непрерывном процессе внедрения инноваций, обеспечивающих удовлетворение изменяющихся потребностей потребителей, что, в отличие от существующих подходов, позволяет объединить потребителей и субъектов индустрии туризма в систему, включающую всех субъектов, которые важны для производства ценностного предложения в туризме. Данная система представлена с точки зрения взаимодействия трех взаимозависимых групп субъектов: несущественных, необходимых бизнес-партнеров и взаимозависимых. При этом субъекты в системе могут иметь противоположные интересы и могут как соперничать между собой, так и сотрудничать.

3. Обоснована концепция региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма, ключевым элементом которой является региональная цифровая платформа индустрии туризма, интегрированная с Единым порталом государственных услуг, обеспечивающая взаимодействие между субъектами предоставления основных (услуги турагентов и туроператоров, услуги размещения, услуги туристских аттракций, услуги предприятий питания, транспортные услуги), дополнительных (услуги гидов, переводчиков, экскурсоводов, услуги по решению вопросов с туристскими формальностями, информационные услуги) и сопутствующих (страховые услуги, финансовые услуги, услуги связи, торговые услуги) туристских услуг, их потребителями, органами государственного управления, местного самоуправления.

4. Предложена прогнозная модель для оценки экономического эффекта от создания региональной экосистемы индустрии туризма, которая учитывает уровень дифференциации между приращением поступлений налогов от участников инновационной экосистемы индустрии туризма в бюджет субъекта РФ и инвестициями в ее развитие со стороны потенциальных участников данной экосистемы.

5. Разработан методический подход к формированию рейтинга резидентов региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма, позволяющий определить уровень их лояльности принципам ESG-политики и оценить соответствие иницилируемых ими проектов целям развития национального туристского рынка, что расширяет возможности финансового обеспечения проектной деятельности для хозяйствующих субъектов-резидентов национальной цифровой платформы и информационно-аналитического обеспечения рейтингования субъектов социально-экономической системы индустрии туризма.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в расширении и углублении научных знаний в области изучения феномена инновационной экосистемы, совершенствовании понятийного аппарата для индустрии туризма, путем определения особенностей существования инновационной экосистемы индустрии туризма. Представленные в исследовании результаты, вносят вклад в развитие теоретических и методических основ и могут быть использованы в учебном процессе вузов на уровне бакалавриата и магистратуры, и программ дополнительного образования по туризму.

**Практическая значимость исследования.** Полученные результаты могут быть положены в основу разработки механизма реализации объединения отраслевых предприятий индустрии туризма на единой региональной цифровой платформе. Применение разработанной методики оценки рейтингов ESG предприятий индустрии туризма позволит организовать более результативное взаимодействие между отраслевыми участниками инновационной экосистемы индустрии туризма, а также может использоваться с целью решения вопросов определения приоритетов и направлений финансирования предприятий индустрии туризма.

**Апробация результатов исследования.** Основные теоретические и практические положения диссертационной работы докладывались и обсуждались на Межвузовской студенческой научно-практической конференции «LECTIO IBI – 2024», II Всероссийской научно-практической конференции «Социально-экономические процессы современного общества» в Чебоксарах.

**Публикации.** Автором опубликовано 7 научных работ по теме диссертационного исследования. Общий объем публикаций 4,55 п. л. (авторский вклад 3,7 п. л.), в том числе 3 статьи, опубликованных в ведущих рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

**Структура и объем диссертационной работы.** Структура диссертации определена целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

## **II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

**1. Уточнено понятие «индустрия туризма» как совокупности предприятий сферы услуг, которые осуществляют деятельность по оказанию туристам или экскурсантам услуг характерных для туризма и обеспечивающих комплексное удовлетворение потребностей туристов в соответствии с видом туризма, целью и сроком пребывания в туристской дестинации. При этом к услугам характерным для туризма относятся основные (услуги турагентов и туроператоров, услуги размещения, услуги туристских аттракций, услуги предприятий питания, транспортные услуги), дополнительные (услуги гидов, переводчиков, экскурсоводов, услуги по решению вопросов с туристскими формальностями, информационные услуги) и сопутствующие (страховые услуги, финансовые услуги, услуги связи, торговые услуги).**

Для раскрытия онтологических свойств индустрии туризма и определения историко-диалектических трактовок ее сущности в диссертационном исследовании был проведен анализ научных публикаций и нормативных актов, посвященных исследованию дефиниции индустрии туризма, который доказывает необходимость уточнения сущностных элементов понятия «индустрии туризма» как научной категории с целью выделения ее элементов.

Учитывая, что в настоящее время, в туризме одним из трендов является персонализация услуг *под индустрией туризма (туристской индустрией)* следует понимать совокупность предприятий сферы услуг, которые осуществляют деятельность по оказанию туристам или экскурсантам услуг характерных для туризма и обеспечивающих комплексное удовлетворение потребностей туристов в соответствии с видом туризма, целью и сроком пребывания в туристской дестинации.

Предлагаемое определение гораздо короче определения данного в ФЗ №132 и потому более понятно. Более того, на наш взгляд, в предлагаемом нами определении индустрии туризма учтены все виды услуг, которые могут понадобиться туристу, чего нет в определении ФЗ №132.

Анализ современной научной литературы показывает, что стремительное развитие цифровых технологий все больше влияет на то, как туристские компании разрабатывают непрерывные инновации или подвергаются цифровой трансформации. Использование платформ социальных сетей, доступность Интернета, мобильных технологий и цифрового маркетинга являются важными предпосылками для развития всех сфер туристской индустрии

Концепция «системы электронного туризма», появившаяся в последние несколько лет, описывает общее использование ИКТ в туристской отрасли. В



рамках электронного туризма, как часть новых технологий развивается концепция «умного туризма», основными целями которого являются предоставление точных данных, понимание контекста и индивидуализированный опыт, которые в свою очередь повышают качество жизни туристов, создавая удобную среду для коммуникаций. Различие между «умным» и «электронным» видами туризма состоит в том, первый вид фокусируется на соединении цифрового и физического миров с использованием существующих в настоящее время технологий, таких как Интернет вещей, облачные вычисления и социальные сети, а второй создает цифровую связь между бизнесом и клиентом.

В попытке повысить устойчивость и стратегическую автономию в настоящее время индустрия туризма погружена в процесс перехода на цифровые технологии, оказывающие на нее серьезное влияние, в связи с тем, что цифровая среда приобретает все большее значение для повышения конкурентоспособности туристских дестинаций, средств размещения, а также для работы туроператоров и турагентов, содействуя тем самым их переходу к интеллектуальным решениям. Способы, с помощью которых туристские дестинации и организации приходят к внедрению цифровых инноваций, различаются в силу того, что некоторые из них включают в свою экосистему такие технологии, как искусственный интеллект, Интернет вещей, дополненная реальность и виртуальная реальность. Результатом является появление различных структурных конфигураций сетей цифрового туризма.

Понимание того, как функционируют конфигурации особенно важно для управления цифровым (инновационным) переходом в туризме, поскольку информационно-компьютерные технологии (далее ИКТ) обладают потенциалом для изменения цепочек создания стоимости, глубокого влияния на операции и стратегии туристских компаний и изменения динамики власти между субъектами индустрии туризма. Взаимодействие между субъектами ИКТ и субъектами туризма важно для интеграции маркетинговых технологий и внедрения технологических инноваций в туризме.

Для целей настоящего исследования под системой индустрии туризма в широком смысле будем понимать динамическую систему, состоящую из набора социальных и экономических субъектов различных по составу, свойствам и происхождению, взаимозависимых и постоянно развивающихся, положительно или отрицательно влияющих на туристский продукт, или подвергающихся влиянию туристского продукта.

Можно заметить, что в литературе по туризму часто используют такие термины как «кластеры» и «сети», значения которых достаточно схожи с понятием «экосистема». Отличие экосистем от кластеров и сетей состоит в том, что субъекты в экосистеме не обязательно географически связаны. Более того, понятие экосистемы несколько шире понятий «кластер» и «сеть».

Оценка туризма с точки зрения экосистемного подхода особенно актуально в таких сложных контекстах, как внедрение радикальных инноваций и развитие устойчивого туризма, при этом необходимо учитывать множество взаимозависимых субъектов, что делает экосистемный подход

полезным для понимания процессов, происходящих в настоящее время в туризме.

В научной литературе можно выделить 4 основных подхода к понятию «экосистемы»:

1. Первый «Стейкхолдерский» или «система стейкхолдеров вокруг центральной организации» определяет экосистему в виде сетевой модели предпринимательской деятельности с высокой степенью модульности и потребности в координации, включающей независимых производителей из разных отраслей экономики.

2. Второй подход «Саморегулирующейся среды» определяет экосистему как систему, состоящую из акторов, «часто слабосвязанных с другими акторами», то есть взаимодействия между акторами, составляющими экосистему, и между акторами и самой экосистемой являются слабосвязанными, что означает, что акторы реагируют на действия других, но при этом сохраняют свою собственную идентичность.

3. Третий подход «Организационных экосистем» - организационные экосистемы возникают посредством сложного формирования связей между организациями, объединенными единой логикой и мировоззрениями, которые иногда дополняют друг друга, но иногда конкурируют.

4. Четвертый подход – «Знаниевые экосистемы» определяются как обособленная форма меж субъектных отношений, которые формируются общностью экономических интересов по созданию новых ценностных предложений на основе знаний и обеспечены активными социальными связями участников.

**2. Охарактеризованы и выделены ключевые особенности инновационной экосистемы индустрии туризма как клиентоцентричной системы взаимодействующих субъектов предоставления услуг характерных для туризма, устойчивое развитие которой базируется на непрерывном процессе внедрения инноваций, обеспечивающих удовлетворение изменяющихся потребностей потребителей, что, в отличие от существующих подходов, позволяет объединить потребителей и субъектов индустрии туризма в систему, включающую всех субъектов, которые важны для производства ценностного предложения в туризме. Данная система представлена с точки зрения взаимодействия трех взаимозависимых групп субъектов: несущественных, необходимых бизнес-партнеров и взаимозависимых. При этом субъекты в системе могут иметь противоположные интересы и могут как соперничать между собой, так и сотрудничать.**

Анализ научной литературы позволил систематизировать представление об экосистеме индустрии туризма и выделить ее основные характеристики. (Таблица 1).

Для характеристики взаимодействия участников инновационной экосистемы на рисунке 1 представлена концептуальная модель взаимодействий участников инновационной экосистемы.

## Характеристики экосистемы индустрии туризма

| Характеристики экосистемы индустрии туризма   | Примеры  |   |
|---|--|---|
| 1. Наличие действующих лиц, влияющих или находящихся под влиянием оказываемых туристских услуг (ценностное предложение, далее ЦП)   | Наличие 3 видов субъектов  |   |
|   | 1. <i>Незначительные</i> - выпадающие из экосистемы практически не находящиеся под влиянием ЦП и не принимающие участие в создании ценностного предложения, тем не менее, ощущающие на себе туристские услуги, но не имеющие ресурсов, имеющих хоть какое-то значение для оказания туристских услуг. | детские сады, школы в туристской дестинации, любое производство, не связанное с туризмом и т.д., местные жители, не имеющие квартир для сдачи в аренду на сервисах по аренде квартир, или не работающие в индустрии туризма, но при этом ощущающие на себе негативное воздействие туризма, (рост цен на жилье, продукты, рост арендных ставок на жилье и т.д.).             |
|   | 2. <i>Необходимые бизнес-субъекты</i> - оказывающие влияние на ЦП, обладающие необходимыми ресурсами, не находящиеся под влиянием туристской услуги, но оказывающие на нее влияние   | туроператоры, турагенты, предприятия общественного питания, музеи, выставки, концертные залы, стадионы, кинотеатры, сервисы посуточной аренды, коллективные средства размещения, сервисы аренды транспортных средств, транспортные компании, предприятия, производящие товары и услуги субституты для индустрии туризма, торговля, банковские, страховые организации и т.д. |
| 3. <i>Взаимозависимые субъекты</i> , не только влияют на туристскую услугу, но и подвергаются влиянию туристской услуги, могут не принимать непосредственное участие в создании ценностного предложения | местные органы власти, влияют на работу коллективных средств размещения, осуществляют контроль за их деятельностью, но также вынуждены бороться с последствиями работы данных организаций, так как отели могут вредить природе самим фактом своего существования                                     |   |
| 2. Субъекты в экосистеме взаимозависимы   | Взаимовлияние может быть   |   |
|   | 1. явно выраженным   | местные органы власти могут не только влиять на ЦП сервиса по аренде квартир (местное законодательство об аренде квартир), но также ощущают последствия от  |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
|  |   | действий сервиса по аренде квартир в следствии чрезмерного туризма  |   |
|  | 2. косвенным и трудно наблюдаемым.  | например, в красный сезон в больницах туристской дестинации в следствии овертуризма может ощущаться нехватка больничных коек  |   |
| 3. Границы экосистемы могут быть произвольными.  | Нет географической привязки к местности   |   |   |
| 4. Включение в экосистему всех субъектов, которые важны для производства ценностного предложения   | Необходимые бизнес-субъекты   | Взаимозависимые   | Незначительные (могут в любой момент времени перейти в категорию необходимых или взаимозависимых) |
| 5. Неоднородность (гетерогенность) и напряженность, то есть, когда субъекты, имеют разные в том числе конфликтующие интересы, и системы ценностей, то есть могут как сотрудничать, так и конкурировать между собой | Примером может служить экосистема организованных туров на электровелосипедах  | средства размещения, станции для зарядки сразу нескольких электровелосипедов, канатные дороги и фуникулеры для обеспечения транспортировки в гору, организации по поддержанию территории и специальных троп для велосипедистов в надлежащем состоянии, работники лесного хозяйства, другие туристы (например, пешие туристы, которым могут мешать велосипедисты) и группы местных жителей, работающих в туризме, но объединенные в «партии» по защите окружающей среды, в том числе от антропогенного воздействия велотуризма |   |
| 6. Динамическая сущность   | способность породить новые объекты (экземпляры или точные копии), в итоге экосистема может сильно видоизмениться или просто исчезнуть | внедрение радикальных инноваций, как например, онлайн-бронирование онлайн-турагентствами (OTA), радикально меняет экосистему туристских организаций   |   |



Рисунок 1 - Концептуальная модель взаимодействий участников инновационной экосистемы индустрии туризма

**3. Обоснована концепция региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма, ключевым элементом которой является региональная цифровая платформа индустрии туризма, интегрированная с Единым порталом государственных услуг, обеспечивающая взаимодействие между субъектами предоставления основных (услуги турагентов и туроператоров, услуги размещения, услуги туристских аттракций, услуги предприятий питания, транспортные услуги), дополнительных (услуги гидов, переводчиков, экскурсоводов, услуги по решению вопросов с туристскими формальностями, информационные услуги) и сопутствующих (страховые услуги, финансовые услуги, услуги связи, торговые услуги) туристских услуг, их потребителями, органами государственного управления, местного самоуправления.**

Проведенный анализ позволил предложить представление об инновационной цифровой устойчивой экосистеме индустрии туризма, как о динамичной цифровой среде, характеризующейся наличием взаимозависимых и гетерогенных субъектов, действующих с целью повышения эффективности и качества оказания туристских услуг, развития туристской и территориальной инфраструктуры, роста уровня и качества жизни населения, рационального использования туристских ресурсов и сведения к минимуму негативных экологических последствий туризма (рисунок 2).

На рисунке 3 представлена оценка условий для создания инновационной устойчивой экосистемы индустрии туризма

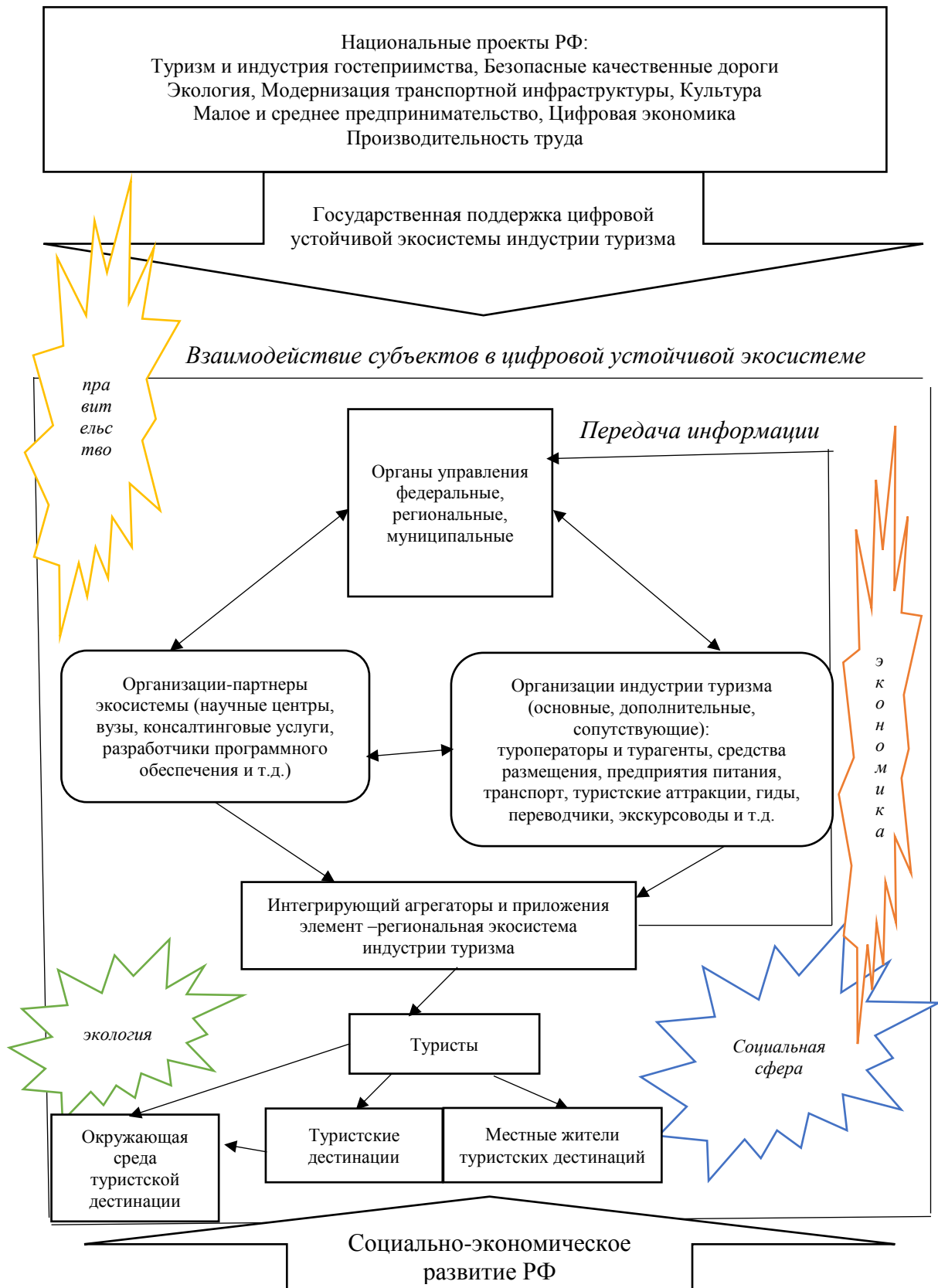


Рисунок 2 – Модель инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма

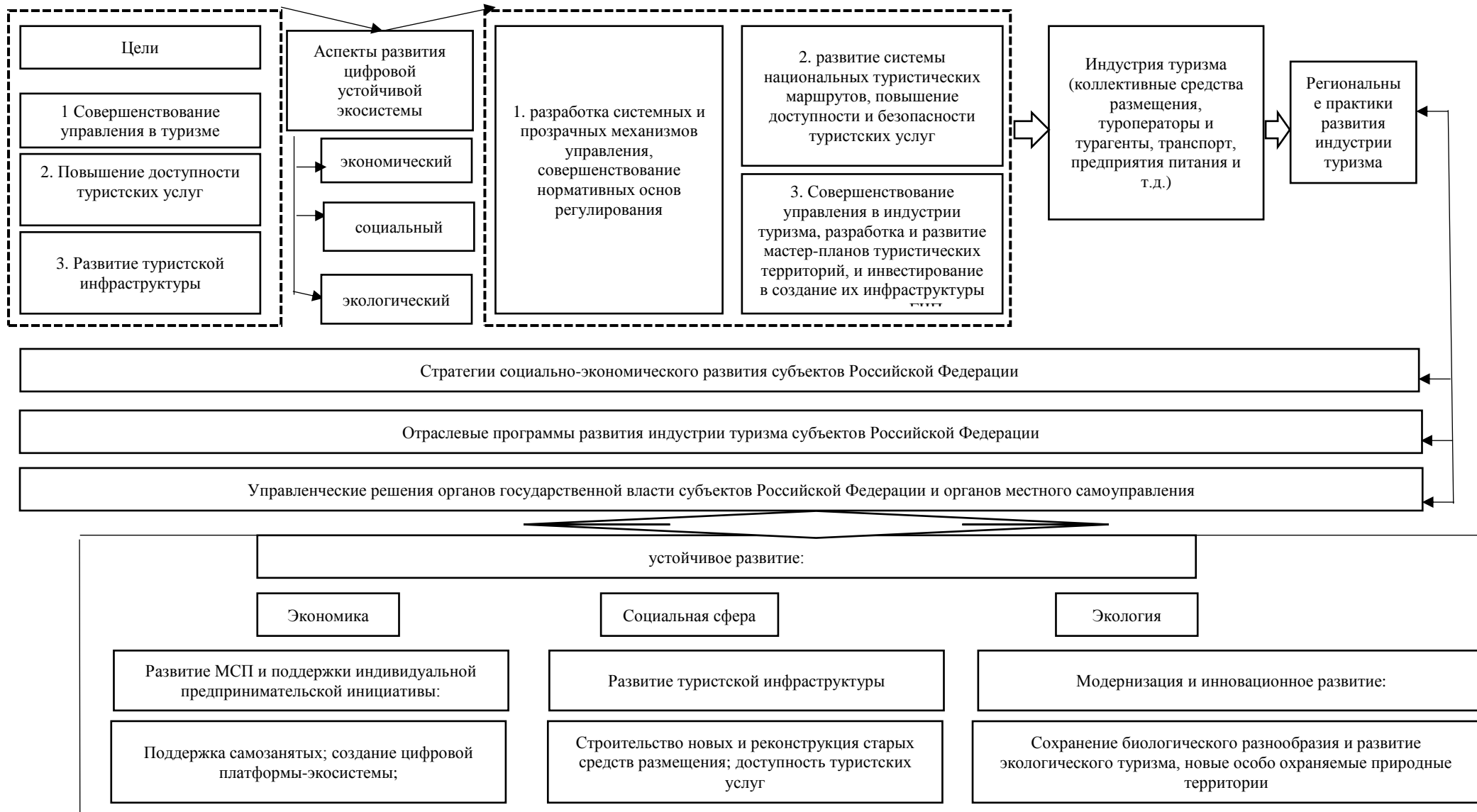


Рисунок 3 – Оценка условий для создания инновационной устойчивой экосистемы индустрии туризма

В соответствии с предлагаемой концепцией, значимыми элементами инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма будет являться единая, используемая всеми субъектами индустрии туризма региона, цифровая платформа (Региональная инновационная цифровая устойчивая экосистема индустрии туризма (РИЦУЭИТ)) и зарегистрированные на ней туристские агрегаторы, программные продукты и приложения, использующиеся с целью повышения эффективности деятельности предприятий индустрии туризма, увеличения доходов в бюджеты всех уровней, оказания качественных туристских услуг и повышения качества жизни местного населения в туристских дестинациях (регионах).

Предлагаемая к внедрению РИЦУЭИТ должна быть интегрирована с сайтом регионального комитета по развитию туризма, где на главной странице в верхнем меню должна появиться новая вкладка «Туризм в «регионе»», которая будет выводить на РИЦУЭИТ. На которой будут в первую очередь отображаться виды туризма по целям поездки. Предлагается создать реестры аккредитованных на РИЦУЭИТ организаций, оказывающих услуги характерные для туризма, а также разместить их ESG-отчеты и рейтинги от Агентства, созданного для проведения ESG-аккредитации при Комитете по развитию туризма в регионе.

Сервисная составляющая цифровой платформы должна складываться из: личного кабинета как туриста, так и организации-продавца услуг, где хранится вся история заказов; регистрации на платформе различными способами - электронная почта, телефон, социальные сети; модуля оплаты (в том числе Пушкинской картой и картой «Серебряный возраст»), возможности добавления тура, отеля, туристской аттракции и т.д. в избранное; календаря событий в регионе, поиск, навигация по цифровой платформе.

**4. Предложена прогнозная модель для оценки экономического эффекта от создания региональной экосистемы индустрии туризма, которая учитывает уровень дифференциации между приращением поступлений налогов от участников инновационной экосистемы индустрии туризма в бюджет субъекта РФ и инвестициями в ее развитие со стороны потенциальных участников данной экосистемы.**

В существующей системе статистического учета состояния региональной экономики явно недостаточно представленных данных, которые необходимы для проведения комплексного анализа, процессов планирования и прогнозирования развития инфраструктуры региональных экосистем индустрии туризма, что в конечном итоге влечет снижение обоснованности региональных планов развития. Указанные недостатки существующей системы статистического учета требуют корректировки существующей системы статистической отчетности в индустрии туризма и создания новых способов мониторинга.

Ориентация федеральных и региональных программ развития индустрии туризма направлена на увеличение количества отдельных ее инфраструктурных элементов, при этом не ведется учет того, например,



сколько доходов получил федеральный или региональный бюджет от увеличения количества субъектов индустрии туризма.

В диссертационном исследовании представлены и оценены наиболее вероятные потенциальные эффекты (положительные и отрицательные) от создания региональной экосистемы индустрии туризма для четырех основных категорий участников туристского рынка - для туристов, для бизнеса, для государства, для местных сообществ.

Экономический эффект от создания региональной экосистемы индустрии туризма прогнозируется в долгосрочной перспективе в силу длительного периода окупаемости проектов некоторых ее элементов (например, гостиничных предприятий, объектов транспортной инфраструктуры и проч.), привлечения средств национальных проектов.

Предлагаемая в диссертационном исследовании модель оценки экономического эффекта от создания региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма включает в себя:

- приращение поступлений налогов от  $j$ -го элемента региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма в бюджет субъекта РФ в период времени  $i$ ;

- суммарные поступления по всем видам региональных налогов от  $j$ -го элемента региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма в бюджет субъекта РФ в период времени  $i$ ;

- фактические поступления по всем видам региональных налогов от  $j$ -го элемента региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма в бюджет субъекта РФ в предпрогнозный (базисный) период;

- инвестиции за счет поступлений из бюджетов всех уровней в развитие  $j$ -го элемента региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма;

- затраты на создание цифровой платформы.

В качестве базы для расчета оценки следует использовать прогнозы объемов продаж потенциальных участников региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы туризма. Для оценки эффективности необходим также прогноз привлечения инвестиционных ресурсов для проектов развития каждого из потенциальных участников региональной инновационной экосистемы индустрии туризма.

В предложенной модели оценки эффективности создания региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма учитываются только инвестиции за счет бюджета РФ, поскольку речь идет об эффективности для субъекта РФ. Некоторым недостатком данной модели является то, что на объемы поступлений налоговых и неналоговых платежей в субъект РФ, безусловно, влияет и результативность проектов, осуществленных за счет использования инвестиций из других источников. Однако для прогноза на долгосрочную перспективу эта потеря точности не является существенной.

**5. Разработан методический подход к формированию рейтинга резидентов региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма, позволяющий определить уровень их лояльности принципам ESG-политики и оценить соответствие иницируемых ими проектов целям развития национального туристского рынка, что расширяет возможности финансового обеспечения проектной деятельности для хозяйствующих субъектов-резидентов национальной цифровой платформы и информационно-аналитического обеспечения рейтингования субъектов социально-экономической системы индустрии туризма.**

Предлагаемый в диссертационном исследовании ESG-рейтинг предприятий, оказывающих услуги характерные для туризма, обладает рядом преимуществ, к которым можно отнести: мониторинг и сравнительный анализ ESG-эффективности предприятий, на основе специфических для индустрии туризма индикаторов; оценка возможностей для оптимизации использования существующих данных, и помощь в поиске новых источников данных; более четкая координация сбора данных; создание релевантной базы данных для принятия взвешенных решений об инвестировании; сбор и распространение статистики устойчивости предприятий индустрии туризма между другими агентствами и заинтересованными лицами.

Процесс присвоения рейтинга (рисунок 4) включает следующие этапы:

|   |  |  |
|---|--|--|
| Оценка подверженности ESG-рискам: низкая, средняя, высокая<br>Итоговый вес каждого индикатора   |  |  |
| Факторы в блоках и индикаторы в факторах, определение веса каждого блока  |  |  |
| <p>Экологические факторы:<br/>Природные ресурсы<br/>Загрязнение<br/>Общие экологические риски<br/>Экоактивы</p>                             | <p>Социальные факторы:<br/>Кадры<br/>Соблюдение техники безопасности<br/>Соблюдение противопожарной безопасности<br/>КСО</p> | <p>Управленческие факторы:<br/>Уплата всех налогов<br/>Соблюдение законодательства<br/>Соблюдение корпоративной культуры</p> |
| Оценка управления рисками: данные отчетов, материалов сети интернет, запрошенные данные Агентством от организаций, данные выездных проверок |  |  |
| Интегральный ESG-рейтинг (рейтинг E, рейтинг S, рейтинг G)  |  |  |

Рисунок 4 – Этапы присвоения ESG-рейтинга

ESG-рейтинг предприятий индустрии туризма может быть рассчитан с помощью метода интегрального показателя и определяться как средневзвешенное значение по рейтингам трех блоков: экологического (E), социального (S) и управленческого (G). Весовые коэффициенты, присваиваемые блокам разделов, определяются как доля подверженности риску раздела в общей подверженности ESG-рискам компании (например, доля подверженности экологическим рискам в общей подверженности ESG-рискам). Рейтинги блоков E, S и G состоят из средневзвешенных оценок факторов, которые в свою очередь состоят из средневзвешенных оценок индикаторов (таблица 2).

Таблица 2

Перечень показателей для рейтингования резидентов региональной инновационной цифровой устойчивой экосистемы индустрии туризма

| Блоки его вес в ESGрейтинге | Фактор                                       | Индикатор   | Вес Индикатора в блоке |
|-----------------------------|--|---|------------------------|
| Экологический E<br>Вес 0,4  | Природные ресурсы<br>E 1                     | E11 Использование экологических видов энергии   | 0,3                    |
|                             |  | E12 Установка счетчиков на все виды используемой энергии, за 2 последних года наблюдается тренд на снижение расхода энергии | 0,2                    |
|                             | Загрязнение E 2                              | E21 Управление отходами и их переработка  | 0,1                    |
|                             |  | E 22 Образование загрязняющих веществ   | 0,2                    |
|                             | Взносы E 3                                   | E31 Расходы на экологические проекты  | 0,2                    |
| Социальный S<br>Вес 0,3     | Кадры S 1                                    | S11 «Белая» заработная плата, оформление по ТК, оплата больничных, отпускных, социальные отчисления                         | 0,3                    |
|                             | S 2 Корпоративная социальная ответственность | S21 Расходы на спортивные мероприятия и на проекты в научной области  | 0,2                    |
|                             | S 3 Общие риски                              | S31 Соблюдение техники безопасности и противопожарной безопасности  | 0,1                    |
|                             |  | S32 Безопасность и качество продукции   | 0,2                    |
|                             |  | S33 Конфиденциальность данных и кибербезопасность   | 0,2                    |
| Управленческий G<br>Вес 0,3 | G 1 Корпоративное поведение                  | G11 Соблюдение законодательства о рекламе   | 0,1                    |
|                             |  | G12 Соблюдение законодательства о конкуренции   | 0,1                    |

|  |  |   |     |
|--|--|---|-----|
|  |  | G 13 Соблюдение корпоративной культуры                      | 0,2 |
|  |  | G14 Налоговые платежи и прозрачность бизнеса                | 0,3 |
|  |  | G15 Взаимодействие с контрагентами в соответствии со 115 ФЗ | 0,3 |

Для оценки управления ESG рисками для каждого индикатора устанавливается вес (указан в таблице 2), а веса блоков: Экологический E - 0,4, Социальный S - 0,3, Управленческий G – 0,3.

### **III. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (ЗАКЛЮЧЕНИЕ)**

В диссертационном исследовании был сделан вывод о том, что инновационная устойчивая экосистема индустрии туризма, опираясь на соответствующую информационную инфраструктуру должна обеспечивать:

-взаимодействие всех цифровых платформ, ресурсов и инструментов индустрии туризма и их интеграцию с государственными и банковскими информационными ресурсами, в частности: с государственными реестрами классифицированных средств размещения, реестром классифицированных пляжей и горнолыжных склонов, верифицированным реестром туроператоров и турагентов, реестром аккредитованных гидов, инструкторов и переводчиков, государственным реестром аэродромов и вертодромов гражданской авиации РФ, базой данных железнодорожных станций, тематическим интернет проектом «Яхт-клубы и лодочные стоянки в России», другими цифровыми сервисами субъектов индустрии туризма, специализирующихся в том числе на разных видах туризма, автоматизированных информационных систем «Курортный сбор», цифровыми банковскими и страховыми платформами, цифровой базой ФНС, и порталом «Государственные услуги»;

-эффективное сотрудничество и четкую координацию действий органов федеральной, региональной и муниципальной власти в области планирования и развития деятельности в туристских дестинациях;

-создание, развитие и внедрение как новых, так и существующих, туристских услуг и рынков с использованием имеющихся туристских ресурсов (природных, бальнеологических, культурно-исторических и т.п.);

-установление стоимости туристских услуг на приемлемом для туристов и выгодном для туристских предприятий и дестинаций уровне; учет и контроль экологических аспектов и антропогенного воздействия при инвестировании средств в строительство туристских объектов и инфраструктуру;

-развитие системы образования с целью обеспечения туристских организаций квалифицированными сотрудниками в требуемом объеме;

-централизованный мониторинг за туристскими услугами с целью контроля за уплатой налогов и курортного сбора;

-повышение производительности и качества обслуживания в индустрии туризма, в том числе с использованием технологии искусственного интеллекта;

- защиту персональных данных получателей туристских услуг;
- более эффективное управление туристскими потоками, с целью снижения факторов сезонности и овертуризма в туристских дестинациях.

#### **IV. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

- 1. Селезнева, В.В. Создание инновационной экосистемы в индустрии туризма / В.В. Селезнева // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2024. – № 2(146). – С. 187-192. – 0,6 п. л.**
- 2. Селезнева, В.В. Влияние инноваций на конкурентоспособность предприятий индустрии туризма / В.В. Селезнева, Г.А. Карпова // Управленческий учет. – 2024 – № 9 – С. 192-199. – 0,8 п. л./ 0,4**
- 3. Селезнева, В.В. Цифровые технологии в сфере устойчивого туризма / В.В. Селезнева, П.А. Волков, К. Р. Нифонтова // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии – 2024. – № 9. – С. 99-103. –0,9 п. л./0,45 п. л.**
- 4. Селезнева, В.В. Цифровые инновации в туризме: иммерсивные технологии / В. В. Селезнева // Вестник экономического научного общества студентов и аспирантов: Межвузовский студенческий научный журнал. – Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2024. – С. 326-333. – 0,5 п. л.**
- 5. Селезнева, В. В. Цифровизация и цифровая трансформация в индустрии туризма / В.В. Селезнева // Социально-экономические процессы современного общества: сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Чебоксары, 8 окт. 2024 г.) / редкол.: Э. В. Фомин [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2024. – 0,45 п. л.**
- 6. Селезнева, В.В. Цифровые инновации в туризме: национальные и международные исследования / А.И. Волков, В.В. Селезнева // Вестник туризма и гостеприимства: Тематический сборник научных статей. – Санкт-Петербург: ООО «Ассоциация графических искусств», 2023. – С. 6-15. – 0,6 п. л./0,3 п. л.**
- 7. Селезнева, В.В. Цифровизация как драйвер развития экологического туризма и устойчивого развития / В. В. Селезнева // Актуальные проблемы развития сферы услуг: Сборник научных трудов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – С. 62-73. – 0,7 п. л.**