

На правах рукописи



Скрипнюк Константин Эдуардович

**Формирование моделей прогнозирования конъюнктуры мирового рынка
услуг индустрии туризма**

5.2.5. Мировая экономика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Санкт-Петербург

2026

Работа выполнена в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор

Диденко Николай Иванович

Официальные оппоненты: **Морозов Михаил Анатольевич**

доктор экономических наук, профессор,
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», кафедра гостиничного и туристического менеджмента,
профессор, г. Москва

Боголюбова Светлана Анатольевна

доктор экономических наук, профессор,
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», кафедра экономики и управления в сфере услуг,
профессор, г. Санкт-Петербург

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», г. Москва

Защита состоится 10 апреля 2026 года в 11.00
на заседании диссертационного совета У.5.2.5.40
федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого» (194021, г. Санкт-Петербург, ул. Новороссийская, 50, корпус 50, аудитория 2405).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте (<http://library.spbstu.ru/ru/>)
федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».

Автореферат разослан «___» _____ 2026 года

Ученый секретарь диссертационного совета У.5.2.5.40,
кандидат экономических наук, доцент
Конахина Наталья Александровна



I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования

В современной мировой экономике международная индустрия туризма рассматривается в качестве развивающейся межотраслевой сферы мировой экономики, характеризующейся усилением интеграционных процессов и степени вовлечения в мирохозяйственные связи. Поэтому представление международной индустрии туризма как совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма является актуальным, позволяя формировать модели прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях технологических изменений мировой экономики. Мировой рынок услуг индустрии туризма формирует новую архитектуру взаимодействия участников в условиях усиления взаимовлияния процессов развития международной индустрии туризма и национальных экономических систем.

Однако, несмотря на активное развитие международной индустрии туризма, не существует комплексного подхода оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма, позволяющего отобразить процессы взаимовлияния, взаимодействия участников и степени вовлеченности индустрии туризма в мирохозяйственные связи по туристским макрорегионам и дестинациям, и, следовательно, проводить качественные межстрановые сравнения относительно влияния разных типов туристских дестинаций на экономическое развитие территории.

Оценка и прогнозирование конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма является актуальной как с теоретической, так и с практической точки зрения, так как позволяет определить разные типы туристских дестинаций, учитывающие особенности взаимодействия совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма, и позволяющие определить факторы конкурентоспособности каждого типа туристских дестинаций, включая, в том числе, современные инновационно-технологические и экологические тренды.

Следуя вышесказанному, исследование направлено на формирование комплексного подхода оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма, что способствует обоснованию конъюнктуры с позиции взаимодействия туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма, позволяя определить уровень вовлеченности туристских дестинаций в мирохозяйственные связи, выявить закономерности развития и факторы рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма.

Степень научной разработанности проблемы

Обзор исследований проблематики мирового рынка услуг индустрии туризма показывает в последние годы ускорение степени научной разработки проблем, относящихся к сфере туризма. Согласно Международной промышленной стандартной классификации (ISIC Rev.4, 2022) индустрия туризма рассматривается с позиции третичного сектора экономики, определяя структуру продукта и отрасли. Система гармонизированного описания и кодирования товаров (SITC, 2019) и Всемирная туристская организация (UNWTO/ЮНВТО, 1963, 1993, 2008, 2022) исследуют торговую статистику международного туризма по экспорту и импорту туристских услуг, проводя международные сравнения. Международные организации, включая Всемирный экономический форум ООН (2019, 2022), исследуют факторы конкурентоспособности национальных индустрий туризма, отмечая межотраслевой характер влияния туризма на мировую экономику.

Российские и зарубежные исследователи, отмечая рост конкуренции на туристском рынке (Д.К. Ву и Х. Сонг, 2017; А. Атияман, 1995; Ю. Чжан и А. Кумар, 2025; Е.В. Корчагина, 2024), переход от традиционных моделей развития туризма к цифровым (Морозов М.А., 2025, 2023; Ф.

Кампайо-Санчес, 2025), обосновывают важность разработки подходов оценки факторов конкурентоспособности индустрии туризма (М.А. Новайс, 2018; Р. Кроэс и К. Семрад, 2018; Д. Крауч и Дж.Р.Б. Ричи, 1999; Э. Сиггель, 2006; Дж.А. Мазанец, 2011; Дж. Халилзаде, 2018; М.М. Романова, 2024).

Отдельное научное направление связано с исследованиями взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем. А.Н. Хан (2022), Ю.К. Гэн (2022, 2023), С. Тонгма (2008, 2023), С. Абоагье (2023), Н. Ванхове (2011), Т.В. Сукманова (2022) изучают процессы конкурентоспособности туристских дестинаций как важного фактора для развития национальных экономик, местных сообществ и регионов. Дж. Танг (2023), М.С. Галлего (2022), М.Р. Гонсалес-Родригес (2023), Т.А. Селищева (2021), К.А. Милорадов (2020) Л.А. Савинкина (2024) рассматривают влияние уровня социально-экономического развития национальных экономик на развитие индустрии туризма с позиции инфраструктурной оценки качества туристских дестинаций. Международный туризм как источник валютных поступлений для развивающихся и слаборазвитых стран изучают Х. Чжан (2025), Г.Де Вита (2014).

С позиции теории сравнительного преимущества Давида Рикардо (1817) формирование туристского продукта можно рассматривать в виде дестинации, объясняющей специфику двусторонних обменов международных и региональных производителей туристских продуктов, обуславливая такие направления исследований, как изучение конкурентных туристских дестинаций с позиции специализации (Дж. Росселло-Надаль, 2024; Л. Маевски, 2024) и результативности (Д. Наварро-Дразич, 2021), в сравнении с другими дестинациями (Дж. О, 2016; Дж. Ким, 2017), реализуя модели совместного использования ресурсов на мировом рынке услуг индустрии туризма (Х. Чен, 2024; Т. Ум, 2025), а также развивая концепцию глобальной цепочки создания стоимости Майкла Портера (1985), позволяющей формировать цепочки создания стоимости туристских дестинаций, как совокупности действий, разделенных между международными и региональными производителями туристских продуктов, формируя новую архитектуру мирового рынка услуг индустрии туризма.

Исследованиями проблематики конъюнктурообразующих факторов развития мировых рынков занимаются ученые, представляющие разные теоретические школы, включая институциональный подход (Е.Н Смирнов, 2023, 2025; Б.Н. Порфирьев, 2024; А.Л. Рыбас, 2023), неокейнсианское направление (С.С. Ким, 2007; С. Юсаф, 2018; В.А. Цветков, 2024), теории отраслевых рынков (Н.И. Диденко, 2020, 2023, 2024; Н.И. Комков, 2025). С учетом специфики функционирования рынков туристских услуг можно выделить работы (С. Гош, 2021; Дж.А.С. Фернандес, 2020; Ю. Шао, 2020; И.А. Георгеску, 2024; С.А. Боголюбова, 2024, 2025), посвященные анализу денежных и туристских потоков международной индустрии туризма, позволяющие объяснить переход от традиционных моделей развития индустрии туризма к цифровым, оценке спроса на туристский продукт (А.Д. Чудновский, 2022; М.А. Жукова, 2023; М.В. Мальцева, 2023). Европейские и китайские исследователи, такие как М. Мариани (2023), Х. Liu (2024), М. Хе (2024), Ю. Цзя (2021), отмечая неоднородность туристского продукта, предлагают методы оценки ценности инструментами теории принятия решений на основе прецедентов.

Обобщение существующих исследований показывает, что будущие исследования должны уделить больше внимания моделям прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма, направлениям диверсификации национальной экономики за счет технологической модернизации и результативности туристских дестинаций как высокоразвитых, так и развивающихся стран.

Объектом исследования является мировой рынок услуг индустрии туризма.

Предмет исследования – конъюнктура мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях формирующихся технологических преобразований мировой экономики.

Гипотеза исследования

В условиях технологических преобразований мировой экономики формируется новая архитектура мирового рынка услуг индустрии туризма, *базирующаяся на принципах* взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма, *формирующая* цепочки создания стоимости туристских дестинаций, как совокупности действий, разделенных между международными и региональными производителями туристских продуктов, и *включающая* взаимодействие туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма, *позволяющая определить* уровень вовлеченности туристской дестинации в мирохозяйственные связи, выявить закономерности развития и факторы рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма.

Цель и задачи исследования

Целью данной работы является разработка комплексного подхода оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях технологических преобразований мировой экономики.

Для достижения данной цели определены следующие задачи:

1. Провести анализ существующих теорий и методологий оценки мирового рынка услуг индустрии туризма с учетом взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма.

2. Предложить теоретическое обоснование моделей рынка услуг индустрии туризма с использованием существующих экономических теорий, позволяющих рассматривать международную индустрию туризма с позиции взаимодействия участников, соотношения факторов природных ресурсов и исторического наследия, трудовых ресурсов, капитала, информации и инноваций в туристских дестинациях разного типа развития.

3. Выявить различия показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам мирового рынка услуг индустрии туризма по туристским макрорегионам и странам мира.

4. Выявить различия стран на мировом рынке услуг индустрии туризма на основе их классификации по степени рыночной результативности относительно емкости рынка, охвата денежных потоков, уровню социально-экономического развития и выявления высокорезультативных типов туристских дестинаций.

5. Сформулировать научные гипотезы для анализа взаимосвязей и факторов мирового рынка услуг индустрии туризма по странам мира и туристским макрорегионам на основе использования факторного анализа (метод главных компонент, SPSS-21), временных моделей прогнозирования, модели деревьев решений (исчерпывающий CHAID), пошагового метода регрессионного анализа и панельных данных. Провести тестирование научных гипотез.

6. Разработать методику комплексного подхода и провести оценку и прогнозирование конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма, позволяющие отобразить процессы взаимовлияния, взаимодействия участников и степени вовлеченности индустрии туризма в мирохозяйственные связи по туристским макрорегионам, туристским дестинациям и компаниям.

Теоретическая и методологическая основа исследования

В качестве *теоретической основы* исследования приняты положения *теории сравнительного преимущества* Давида Рикардо, позволяющей изучать конкурентные туристские дестинации с

позиции специализации и результативности; *теории соотношения факторов производства* Хекшера — Олина, в части определения потоков международной индустрии туризма между странами, *теории долгосрочного технико-экономического развития* Сергея Юрьевича Глазьева, в части формирования новых цепочек сопряженных технологических процессов, соединенных производственной кооперацией, объясняющие возможности превращения индустрии туризма в фактор роста для разных типов туристских дестинаций развитых, развивающихся и слаборазвитых стран; *теории инноваций и экономического развития* Йозефа А. Шумпетера, *теоретических исследований экономического развития развивающихся стран* Уильяма Артура Льюиса, *теоретических исследований в области распространения инноваций и технологий* Э.М. Роджерса и Ф.Ф. Шумейкера, *концепции формирования модели рыночной экономики* Рустема Махмутовича Нуреева, *концепции глобальной цепочки создания стоимости* Майкла Портера, в части формирования цепочки создания стоимости туристских дестинаций, позволяющих исследовать международную индустрию туризма с позиции интеграции технологических достижений, человеческих навыков, оценки восприятия уровня роботизации и учета факторов конкурентоспособности каждого типа туристских дестинаций.

В качестве *методологической основы* исследования использованы методы кластерного, факторного, корреляционного, регрессионного и авторегрессионного анализа.

Классификация стран на мировом рынке услуг индустрии туризма относительно емкости рынка проводилась с использованием кластерного анализа методом к-среднее, с целью выделения типов туристских дестинаций по индикаторам рыночной результативности использовался иерархический кластерный анализ в программном продукте SPSS-21 за 2022г., 2019г. и 2016г.

Использовались методы графического анализа показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам мирового рынка услуг индустрии туризма по туристским макрорегионам и странам мира. Применялся инструментарий математического моделирования анализа взаимосвязей и факторов мирового рынка услуг индустрии туризма по странам мира. Проведено тестирование сформулированных научных гипотез на основе панельных данных, временных моделей прогнозирования и модели деревьев решений (исчерпывающий CHAID).

На основе проведенного факторного анализа (метод главных компонент в программном продукте SPSS-21) выделены шесть факторов мирового рынка услуг индустрии туризма, позволяющие понять специфику функционирования разных типов туристских дестинаций. Построены модели типов туристских дестинаций с использованием пошагового метода регрессионного анализа.

Прогнозирование конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма относительно выделенных факторов, позиции России и взаимодействия компаний-конкурентов проведено на основе авторегрессионных моделей с распределенными лагами (ADL-моделей), позволяющих учитывать эффекты взаимовлияния и предысторию процесса.

Информационная база исследования

Для исследования использовались данные следующих источников: Всемирного банка; Всемирной туристской организации (ЮНВТО); Всемирного экономического форума по авиации, путешествиям и туризму ООН; Организации экономического сотрудничества и развития относительно устойчивого туризма (ОЭСР).

Статистической базой анализа являются количественные данные по показателям рынка услуг индустрии туризма, макроэкономическим показателям. Временной диапазон исследования охватывает период с 1995 по 2023 гг. в разрезе стран мира (выборка составляет 169 стран) и

глобальных компаний на туристских рынках Центральной и Восточной Европы, Американском туристском макрорегионе.

Обоснованность и достоверность полученных результатов

Достоверность научных положений и выводов исследования обеспечивается корректным *выбором* исходных данных; *анализом* существующих научных работ, позволяющих обосновать научные гипотезы для последующего тестирования; *обоснованием* выбора инструментария анализа, включая проверенные методы кластерного, факторного, корреляционного, регрессионного и авторегрессионного анализа; *применением* статистически обработанных данных, включая процедуры нормализации, стандартизации и логарифмирования; *изучением* основных базовых экономических теорий, позволяющих системно исследовать международную индустрию туризма.

Область исследования

Диссертационное исследование выполнено в соответствии с Паспортом специальности ВАК РФ 5.2.5. Мировая экономика: п. 5 «Международные рынки товаров и услуг, их структура и конъюнктура»; п. 20 «Экономика зарубежных стран и регионов (экономическое страноведение и регионоведение). Сравнительные исследования национальных экономик в системе мирохозяйственных связей».

Научная новизна исследования

В ходе проведения исследования получены следующие результаты, определяющие научную новизну диссертации:

1. Разработан новый подход оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма, *базирующийся* на теоретическом обосновании моделей рынка услуг индустрии туризма и использовании инструментов математического моделирования, *позволяющий* (а) учитывать новую архитектуру взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма; (б) формировать цепочки создания стоимости туристских дестинаций, как совокупности действий, разделенных между международными и региональными производителями туристских продуктов; (в) определить уровень вовлеченности туристской дестинации в мирохозяйственные связи; (г) выявить закономерности развития и факторы рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма, и *включающий*:

- Классификацию стран на мировом рынке услуг индустрии туризма по параметрам рыночной результативности индустрии туризма относительно емкости рынка и охвата денежных потоков с использованием кластерного анализа методом к-среднее и иерархического кластерного анализа (SPSS-21) за 2022г., 2019г. и 2016г., что *позволило* (а) определить группы стран, различающиеся по степени рыночной результативности туристских дестинаций, показывающие возможности туристской дестинации получать большие доходы при меньших потоках туристов (выделены высокорезультативный отраслевой тип туристских дестинаций (Австралия); высокорезультативный выставочно-инфраструктурный тип (Катар); среднерезультативный (Япония) и низкорезультативный (Италия) типы туристских дестинаций); (б) сопоставить выделенные типы туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма, что позволило выявить несоответствие полученных типов туристских дестинаций с международными индексами и предложить подход для проведения межстрановых сравнений; (в) сформулировать научные гипотезы для моделирования.

- Анализ взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем, а также показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам

между туристскими макрорегионами и странами мира, проведенный на основе факторного анализа (метод главных компонент в программном продукте SPSS-21), временных моделей прогнозирования, модели деревьев решений (исчерпывающий CHAID), пошагового метода регрессионного анализа и панельных данных, *позволяющий* (а) понять специфику функционирования разных типов туристских дестинаций; (б) провести тестирование сформулированных научных гипотез; (в) подтвердить современное представление международной индустрии туризма как совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях формирования технологических преобразований мировой экономики.

- Авторский подход к оценке и прогнозированию конъюнктуры с позиции взаимодействия туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма на базе системы взаимосвязанных уравнений авторегрессии и распределенного лага, позволяющий отобразить процесс взаимодействия участников, оценить и спрогнозировать конъюнктуру мирового рынка услуг индустрии туризма относительно выделенных факторов.

2. Впервые предложено теоретическое обоснование моделей рынка услуг индустрии туризма с использованием существующих теорий на базе сопоставимости услуг с товарами, *включающие* теорию сравнительного преимущества Давида Рикардо, теорию соотношения факторов производства Хекшера — Олина, теории инноваций и экономического развития Йозефа А. Шумпетера, теоретические исследования экономического развития развивающихся стран Уильяма Артура Льюиса, теоретические исследования в области распространения инноваций и технологий Э.М. Роджерса и Ф.Ф. Шумейкера, концепции формирования модели рыночной экономики Рустема Махмутовича Нуреева, концепции глобальной цепочки создания стоимости Майкла Портера, теории долгосрочного технико-экономического развития Сергея Юрьевича Глазьева, *позволяющие* (а) рассматривать международную индустрию туризма с позиции интеграции технологических достижений, человеческих навыков, оценки восприятия уровня роботизации, оценки спроса на туристский продукт; (б) изучать и прогнозировать потоки международной индустрии туризма между странами и конкурентные туристские дестинации с позиции специализации, результативности и сопряженных технологических процессов; (в) определять соотношения факторов природных ресурсов и исторического наследия, трудовых ресурсов, капитала, информации и инноваций в туристских дестинациях разного типа развития; (г) обосновать модели рынка услуг индустрии туризма в виде совокупности фактических правил и норм реализации туристских дестинаций в конкретных условиях национальной или мировой индустрии туризма, а также возможности превращения индустрии туризма в фактор роста для разных типов туристских дестинаций развитых, развивающихся и слаборазвитых стран.

Основные результаты исследования и положения, выносимые на защиту

В ходе проведенного исследования получены следующие результаты, выносимые на защиту:

1. Уточнены основные понятия и обоснованы дефиниции мирового рынка услуг индустрии туризма: потребности туриста, туристская дестинация, рынок услуг в индустрии туризма, международная индустрия туризма, конъюнктура мирового рынка услуг индустрии туризма, архитектура мирового рынка услуг индустрии туризма, рыночная результативность туристской дестинации относительно емкости рынка и охвата денежных потоков в условиях усиления интеграционного взаимодействия участников и неравномерного распределения туристских и денежных потоков в разных регионах и странах мира.

2. Впервые в практике исследования туристской индустрии выполнено теоретическое обоснование моделей рынка услуг индустрии туризма с использованием существующих теорий, сопоставляющее услуги с товарами, *позволяющее* объяснить возможность интеграции технологических достижений, человеческих навыков и конкурентоспособности, как факторов развития индустрии туризма и типов туристских дестинаций на рынке в современных условиях инновационно-технологического развития мировой экономики и *развивающее* теории:

(а) теорию сравнительного преимущества Давида Рикардо и теорию соотношения факторов производства Хекшера — Олина, в части определения потоков международной индустрии туризма между странами и соотношения факторов природных ресурсов и исторического наследия, трудовых ресурсов, капитала, информации и инноваций в туристских дестинациях разного типа развития, позволяющие изучать конкурентные туристские дестинации с позиции специализации и результативности;

(б) теорию экономического развития Йозефа А. Шумпетера, в части оценки степени вовлеченности индустрии туризма в процесс генерации инноваций и способности создавать новые комбинации изменений в экономическом развитии;

(в) теоретические исследования в области распространения технологий Эверетта М. Роджерса и Ф.Ф. Шумейкера, в части учета фактора бихевиористских подходов к понятию инновационности, как с позиции степени принятия человеком новшеств и инноваций, так и возможности принятия данных новшеств и инноваций неоднородными международными и региональными производителями туристских продуктов;

(г) теорию долгосрочного технико-экономического развития Сергея Юрьевича Глазьева и концепцию глобальной цепочки создания стоимости Майкла Портера, в части возможности формирования цепочки создания стоимости туристских дестинаций и технологического прогнозирования образования новых цепочек сопряженных технологических процессов, соединенных производственной кооперацией в туристских дестинациях.

3. На основе графического анализа показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам мирового рынка услуг индустрии туризма по туристским макрорегионам и странам мира выявлено лидерство туристских макрорегионов «Европа и Евразия», «Северная Америка» по сравнению с туристскими макрорегионами «Азиатско-Тихоокеанский», «Ближний Восток, Африка», «Латинская и Южная Америка» и по экспорту, и по импорту. Установлено, что США, ФРГ, Франция занимают наибольшую долю мирового рынка по экспорту и импорту туристских услуг относительно значений туристских и денежных потоков. ФРГ, Великобритания, Франция имеют пропорциональную структуру, а Польша, Венгрия, РФ - непропорциональную структуру импорта между количеством выезжающих туристов и объемом вывоза денежных средств выезжающих с туристскими целями. Выявлено, что темпы роста вывоза денежных средств из России опережают темпы роста количества выезжающих по численности туристов.

4. На основе разработанного автором подхода проведена классификация стран на мировом рынке услуг индустрии туризма с использованием кластерного анализа методом к-среднее и иерархического кластерного анализа (SPSS-21). В результате выделено пять типов туристских дестинаций, различающихся по степени рыночной результативности относительно емкости рынка, охвата денежных потоков и уровню социально-экономического развития. Установлено несоответствие полученных типов туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма. Доказано, что высокорезультативный тип туристских дестинаций выступает основным реципиентом международной индустрии туризма за счет высокого уровня развития

туристской инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий. Обоснованы возможности превращения индустрии туризма в фактор роста для разных типов туристских дестинаций развитых, развивающихся и слаборазвитых стран.

5. На основе разработанного автором подхода проведен анализ взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем, а также показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам между туристскими макрорегионами и странами мира, с использованием факторного анализа (метод главных компонент, SPSS-21), временных моделей прогнозирования, модели деревьев решений (исчерпывающий CHAID), пошагового метода регрессионного анализа и панельных данных. Результаты исследования подтверждают сформулированные научные гипотезы, уточняя специфику функционирования разных типов туристских дестинаций и подтверждают современное представление международной индустрии туризма как совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях формирования технологических преобразований мировой экономики. Выявлены закономерности развития и факторы рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма.

6. На основе разработанного автором подхода проведена оценка и прогнозирование конъюнктуры с позиции взаимодействия туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма на базе системы взаимозависимых уравнений авторегрессии и распределенного лага, позволяющих учитывать новую архитектуру взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма и спрогнозировать конъюнктуру мирового рынка услуг индустрии туризма относительно выделенных факторов. Прогноз подтвердил увеличение совокупных объемов туристских и денежных потоков с усилением неравномерного распределения потоков туристов и потоков денежных средств в результате перемещения туристов.

Анализ показал, что основными компаниями конкурентами в Американском туристском макрорегионе являются глобальные туристские компании, владеющие множеством сервисов бронирования и продаж (Booking Holdings, Expedia Group), сетями отелей и курортов (Marriott International), круизными линиями и целыми курортными островами (Royal Caribbean Cruises; Norwegian Cruise Line Holdings), представляя собой структуру конкуренции глобальных туристских компаний с высоким уровнем технологического развития в отличие от структуры конкуренции компаний туроператоров рынка туристского макрорегиона Центральной и Восточной Европы, как посредников мирового рынка услуг индустрии туризма.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Теоретическая значимость исследования заключается в разработанном автором комплексном подходе оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма. Полученные результаты вносят значительный вклад в теорию международной экономической интеграции, предлагая инструменты для оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях технологических преобразований мировой экономики, разрабатывая систему количественной оценки уровня интеграции национальной индустрии туризма с международной индустрией туризма с использованием экономико-математических моделей, а также учитывая сложившийся тип развития национальной туристской дестинации и модель на мировом рынке услуг индустрии туризма.

Практическое значение исследования состоит в том, что разработанные методы и модели могут быть использованы для:

- анализа взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем и оценки текущего уровня вовлеченности туристской дестинации в мирохозяйственные связи;

- выявления закономерностей развития и факторов рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма;

- прогнозирования конъюнктуры с позиции взаимодействия индустрии туризма и национальных экономических систем, туристских дестинаций и компаний-конкурентов.

Результаты исследования могут быть использованы государственными органами (Министерство экономического развития Российской Федерации), профессиональными объединениями (Российский союз туристской индустрии), международными организациями (Всемирная туристская организация), научным сообществом и компаниями индустрии туризма для разработки стратегий национальной индустрии туризма, повышения рыночной результативности туристских дестинаций и компаний международной индустрии туризма.

Апробация результатов исследования

Результаты проведенных исследований в рамках работы над диссертацией прошли апробацию при разработке стратегических направлений развития компании ООО «ИНТУРИСТ» (г. Москва) и подтверждены соответствующим актом внедрения, а также были представлены в ходе четырех конференций в 2023–2025 гг., среди которых: Всероссийская научно-практическая и учебно-методическая конференция «Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли» (Санкт-Петербург, 2024, 2025); Всероссийская научно-практическая конференция «Современные средства и методы менеджмента качества» (Санкт-Петербург, 2023); IV Международный форум «Управление качеством продукции на основе передовых производственных технологий» (Санкт-Петербург, 2023).

Публикация результатов исследования

По результатам диссертационного исследования автором опубликовано 10 научных работ общим объемом 8,8 п.л., в том числе 4 статьи (3,3 п.л.; авторский вклад – 2,9 п.л.) в журналах из списка изданий, рекомендованных ВАК по специальности 5.2.5. Мировая экономика, 2 статьи в изданиях, индексируемых в базах Scopus и Web of Science (3,7 п.л.; авторский вклад – 0,8 п.л.), а также 1,8 п.л. в сборниках материалов конференций.

Объем и структура диссертационного исследования обусловлены целью и задачами работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы составляет 366 страниц. Работа содержит 151 рисунок, 179 таблиц и 8 приложений. Список литературы содержит 160 наименований.

Во введении обоснована актуальность темы, определены цели, задачи, предмет, объект, гипотеза исследования, отражены научная новизна, практическая и теоретическая значимость полученных результатов. В первой главе отражены характеристика, структура, анализ состояния и классификация мирового рынка услуг индустрии туризма. Во второй главе сформулированы научные гипотезы и проведен анализ взаимосвязей и факторов мирового рынка услуг индустрии туризма по странам мира и определены типы туристских дестинаций. В третьей главе представлены методы и проведен анализ конъюнктуры с позиции взаимодействия туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма. В заключении обобщены результаты диссертационного исследования и представлены основные выводы.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

В ходе проведенного исследования получены следующие результаты, выносимые на защиту:

1. Уточнены основные понятия и обоснованы дефиниции мирового рынка услуг индустрии туризма: потребности туриста, туристская дестинация, рынок услуг в индустрии туризма, международная индустрия туризма, конъюнктура мирового рынка услуг индустрии туризма, архитектура мирового рынка услуг индустрии туризма, рыночная результативность туристской дестинации относительно емкости рынка и охвата денежных потоков в условиях усиления интеграционного взаимодействия участников и неравномерного распределения туристских и денежных потоков в разных регионах и странах мира.

Формулировка дефиниций представлена на рисунке 1.

Потребности туриста – спектр желаний туриста, находящих отражение в существующих в национальной или международной индустрии туризма туристских дестинациях.

Туристская дестинация – это связанная совокупность характеристик международной индустрии туризма, соответствующая конкретному типу желаний туриста, действующая с целью получения рыночной результативности при условии удовлетворения потребностей туриста.

Рынок услуг в индустрии туризма – это институт в индустрии туризма, где осуществляется купля-продажа туристских дестинаций, имеющих связанную совокупность характеристик и месторасположения, как совокупности вещественных (туристские товары) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей для удовлетворения потребностей туриста.

Международная индустрия туризма – это сфера мировой экономики, как совокупность национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма, функционирующая в условиях усиления интеграционного взаимодействия участников и неравномерного распределения туристских и денежных потоков в разных регионах и странах мира.

Конъюнктура мирового рынка услуг индустрии туризма – это быстро меняющаяся, адаптирующаяся к новым технологиям и потребностям экономическая ситуация на рынке услуг индустрии туризма применительно к конкретному периоду времени, находящая отражение в балансе или дисбалансе желаний туристов с возможностями туристских дестинаций, уровнем цен, деловой активностью, влияющими на это экономическими, политическими и социальными факторами и позволяющая составить комплексное представление о текущем и будущем состоянии рынка, выявить сильные и слабые стороны и модифицировать стратегию компании к меняющимся условиям.

Архитектура мирового рынка услуг индустрии туризма – это многоуровневая система классифицированных по секторам туристских дестинаций, как совокупности вещественных (туристские товары) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей для удовлетворения потребностей путешествующих лиц (туристов), характеризуемая высокой адаптацией к новым технологиям и потребностям, чувствительностью к конъюнктуре и растущей долей в мировом ВВП и мировой торговле, развитием онлайн-услуг, не требующих физического перемещения, доминированием промышленно развитых стран, лидирующих в экспорте туристских услуг.

Рыночная результативность туристской дестинации относительно емкости рынка – индикатор оценки рыночной результативности туристских дестинаций, определяемый показателем денежных поступлений на одно туристское прибытие, показывающий специфику организации индустрии туризма в конкретной туристской дестинации, позволяющей получать большие доходы при меньших потоках туристов.

Рыночная результативность туристской дестинации относительно охвата денежных потоков – индикатор оценки рыночной результативности туристских дестинаций, определяемый показателем относительного баланса туризма, показывающий степень вовлеченности туристской дестинации в мирохозяйственные связи относительно экспортно-импортных потоков.

Рисунок 1- Понятия и дефиниции мирового рынка услуг индустрии туризма. Источник: составлено автором.

2. Впервые в практике исследования туристской индустрии выполнено теоретическое обоснование моделей рынка услуг индустрии туризма на основе сопоставимости товаров с услугами.

Теоретическое обоснование моделей рынка услуг индустрии туризма с использованием существующих теорий на основе тождественности услуг с товарами, *позволяет* объяснить возможность интеграции технологических достижений, человеческих навыков и конкурентоспособности, как факторов развития индустрии туризма и типов туристских дестинаций на рынке в современных условиях инновационно-технологического развития мировой экономики и *развивает* теории:

(а) теорию сравнительного преимущества Давида Рикардо и теорию соотношения факторов производства Хекшера — Олина, в части определения потоков международной индустрии туризма

между странами и соотношения факторов природных ресурсов и исторического наследия, трудовых ресурсов, капитала, информации и инноваций в туристских дестинациях разного типа развития, позволяющие изучать конкурентные туристские дестинации с позиции специализации и результативности; (б) теорию экономического развития Йозефа А. Шумпетера, в части оценки степени вовлеченности индустрии туризма в процесс генерации инноваций и способности создавать новые комбинации изменений в экономическом развитии; (в) теоретические исследования в области распространения технологий Эверетта М. Роджерса и Ф.Ф. Шумейкера, в части учета фактора бихевиористских подходов к понятию инновационности, как с позиции степени принятия человеком новшеств и инноваций, так и возможности принятия данных новшеств и инноваций неоднородными международными и региональными производителями туристских продуктов; (г) теорию долгосрочного технико-экономического развития Сергея Юрьевича Глазьева и концепцию глобальной цепочки создания стоимости Майкла Портера, в части возможности формирования цепочки создания стоимости туристских дестинаций и технологического прогнозирования образования новых цепочек сопряженных технологических процессов, соединенных производственной кооперацией в туристских дестинациях.

3. На основе графического анализа показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам мирового рынка услуг индустрии туризма по туристским макрорегионам и странам мира выявлено лидерство туристских макрорегионов «Европа и Евразия», «Северная Америка» по сравнению с туристскими макрорегионами «Азиатско-Тихоокеанский», «Ближний Восток, Африка», «Латинская и Южная Америка» и по экспорту, и по импорту.

Туристский макрорегион «Европа и Евразия», представленный 41 страной (24,3% выборки) демонстрирует самый высокий уровень экспорта туристских услуг, как с позиции средних значений туристских потоков в группе, так и относительно значений по отдельным странам, значительно опережая по данному показателю другие туристские макрорегионы за весь анализируемый период.

Туристский макрорегион «Северная Америка», представленный 17 странами (10,1% выборки): экспорт туристских услуг с позиции средних значений денежных потоков имеет значительную повышательную тенденцию роста в период 1995 - 2013гг. и понижительную тенденцию в период 2013 – 2022гг., по отдельным странам группы выделяются США (165461 млн долл. США/год, 2022г.), опережая по данному параметру другие страны мира.

Туристский макрорегион «Латинская и Южная Америка», представленный 22 странами (13,0% выборки): демонстрирует самый низкий уровень экспорта туристских услуг относительно значений туристских и денежных потоков, как с позиции средних значений туристских потоков в группе, так и относительно значений по отдельным странам.

Туристский макрорегион «Азиатско-Тихоокеанский», представленный 35 странами (20,7% выборки): экспорт туристских услуг относительно средних значений туристских потоков демонстрировал повышательную тенденцию в период 1995 – 2019гг., фактически сравнявшись со значениями туристского макрорегиона «Северная Америка» к 2019 году, и резко сократившись в период 2019 – 2022гг., демонстрируя неравномерное распределение значений по странам группы: Китай (25250 тыс. поездок/год, 2022г.) является страной-лидером с высокими значениями по данному параметру.

Туристский макрорегион «Ближний Восток, Африка», представленный 54 странами (32,0% выборки): экспорт туристских услуг относительно значений туристских и денежных потоков по отдельным странам демонстрирует неравномерное распределение значений по странам группы;

выделяются страны-лидеры: Турция (51388 тыс. поездок/год, 57849 млн долл. США/год, 2022г.), ОАЭ (25282 тыс. поездок/год, 38413 млн долл. США/год, 2019г.), Саудовская Аравия (18256 тыс. поездок/год, 26517 млн долл. США/год, 2022г.), Катар (25046 млн долл. США/год, 2022г.).

Установлено, что США, ФРГ, Франция занимают наибольшую долю мирового рынка по экспорту и импорту туристских услуг относительно значений туристских и денежных потоков, с преобладанием роли США. ФРГ, Великобритания, Франция имеют пропорциональную структуру, а Польша, Венгрия, РФ - непропорциональную структуру импорта между количеством выезжающих туристов и объемом вывоза денежных средств выезжающих с туристскими целями. Выявлено, что темпы роста вывоза денежных средств из России опережают темпы роста количества выезжающих по численности туристов.

4. На основе разработанного автором подхода проведена классификация стран на мировом рынке услуг индустрии туризма с использованием кластерного анализа методом к-среднее и иерархического кластерного анализа.

Проведена классификация стран на мировом рынке услуг индустрии туризма по параметру рыночной результативности индустрии туризма относительно емкости рынка с использованием кластерного анализа методом к-среднее в программном продукте SPSS-21 за 2022г (рисунок 2), 2019г (рисунок 3) и 2016г (рисунок 4).

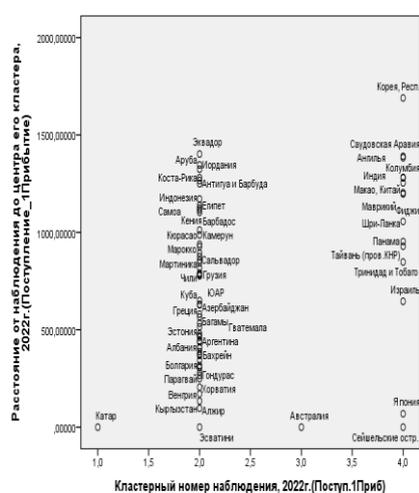


Рисунок 2 – Диаграмма рассеяния значений расстояния от наблюдения до центра кластера по кластерным номерам наблюдения, 2022г. Источник: выполнено автором.

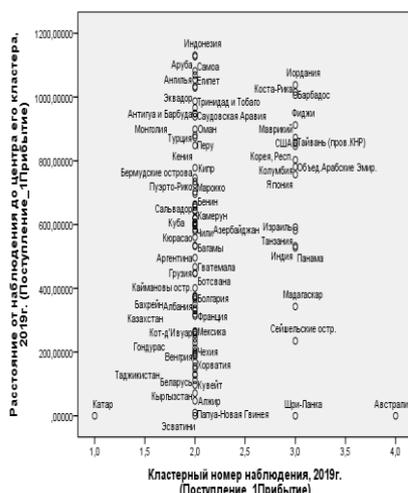


Рисунок 3 – Диаграмма рассеяния значений расстояния от наблюдения до центра кластера по кластерным номерам наблюдения, 2019г. Источник: выполнено автором.

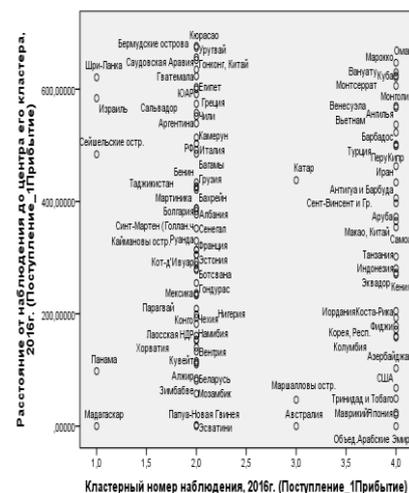


Рисунок 4 – Диаграмма рассеяния значений расстояния от наблюдения до центра кластера по кластерным номерам наблюдения, 2016г. Источник: выполнено автором.

Результаты классификации показывают: (1) результативность индустрии туризма не зависит от объемов туристских и денежных потоков, а определяется, в первую очередь, спецификой организации индустрии туризма в конкретной туристской дестинации, позволяющей получать большие доходы при меньших потоках туристов (выделены высокорезультативные устойчивые кластеры, имеющие специфику либо инфраструктурно-выставочную (Катар), либо отраслевую (Австралия)); (2) сопоставление полученных кластеров с балансом туризма относительно ВВП позволяет выделить страны, которые в наибольшей степени зависимы от индустрии туризма, при этом имеющие невысокие значения результативности (Хорватия); страны (туристские дестинации), имеющие достаточно высокие значения результативности индустрии туризма и имеющие высокую долю зависимости своих экономик от данной отрасли (например, Сейшельские острова); страны,

которые зависимы от индустрии туризма, но нечувствительные за счет развитой диверсифицированной экономики; не зависимые страны; (3) сопоставление полученных кластеров с еще одним показателем результативности индустрии туризма - относительным балансом туризма (охват туризма) показывает, что высокорезультативные устойчивые кластеры по доходам на одно прибытие (Катар, Австралия) не являются таковыми с позиции оценки результативности по охвату денежных потоков (Ангилья; Синт-Мартен (Голландская часть); Самоа; Турция); однако, среднерезультативные кластеры по доходам на одно прибытие могут оставаться результативными и с позиции охвата денежных потоков (Сейшельские острова; Макао (Китай)).

Анализ вовлеченности индустрии туризма в мирохозяйственные связи по туристским макрорегионам и отдельным странам, выполненный на основе графического и кластерного анализа позволил выделить типы туристских дестинаций и сопоставить выделенные типы туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма.

В результате выделено пять типов туристских дестинаций, различающихся по степени рыночной результативности относительно емкости рынка, охвата денежных потоков и уровню социально-экономического развития, включающие высокорезультативные, среднерезультативные и низкорезультативные типы туристских дестинаций, отличающиеся уровнем развития видов туристской инфраструктуры, уровнем развития экономик и степенью бедности общества (рисунок 5).

1. Типы высокорезультативных туристских дестинаций-реципиентов международного туризма:

1.1. Высокорезультативная инфраструктурно-выставочная туристская дестинация с высокими доходами на одно туристское прибытие за счет высокого уровня развития туристской инфраструктуры готовности к информационно-коммуникационным технологиям, являющаяся реципиентом международного туризма (Катар).

1.2. Высокорезультативная отраслевая туристская дестинация с высокими доходами на одно туристское прибытие за счет высокого уровня развития туристской инфраструктуры готовности к информационно-коммуникационным технологиям и туристской инфраструктуры качества природной среды, являющаяся реципиентом международного туризма (Австралия).

2. Типы среднерезультативных туристских дестинаций-реципиентов международного туризма:

2.1. Туристская дестинация как экспортный сектор экономики с высокими доходами на одно туристское прибытие за счет высокого уровня развития туристской инфраструктуры приоритетности путешествий и туризма со стороны правительства, являющаяся реципиентом международного туризма (Макао (КНР), Арубы, Багамские острова, Сейшельские острова, Фиджи, Тринидад и Тобаго).

2.2. Туристская дестинация с невысокими доходами на одно туристское прибытие, относительно зависимая от индустрии туризма, при этом имеющая невысокие значения результативности по относительному балансу международного туризма за счет развитой туристской инфраструктуры качества природной среды и конкурентоспособности цен, являющаяся реципиентом международного туризма (Мексика, Испания, Хорватия, Венгрия, Таиланд, Египет, ЮАР).

2.3. Туристская дестинация с относительно невысокими доходами на одно туристское прибытие, имеющая высокий уровень независимости от индустрии туризма за счет диверсифицированной экономики, развитой туристской инфраструктуры готовности к информационно-коммуникационным технологиям и конкурентоспособности цен (Италия, Польша, Тайвань (провинция КНР)).

3. Типы среднерезультативных туристских дестинаций-эмитентов международного туризма:

3.1. Туристская дестинация с низким относительным туристическим балансом и средней результативностью, выступающая основным эмитентом международного туризма за счет высокоразвитых или быстрорастущих экономик (ФРГ, Великобритания, Бразилия, Аргентина).

3.2. Туристская дестинация с низким относительным туристическим балансом и невысокой результативностью по доходам на одно туристское прибытие, имеющая высокий уровень независимости от индустрии туризма за счет диверсифицированной экономики и туристской инфраструктуры конкурентоспособности цен, являющаяся эмитентом международного туризма (КНР, РФ).

4. Типы среднерезультативных туристских дестинаций- реципиентов-эмитентов международного туризма:

4.1. Туристская дестинация со средними показателями доходов на одно прибытие и высокой рыночной результативностью индустрии туризма относительно охвата денежных потоков международного туризма, являющаяся реципиентом и эмитентом международного туризма за счет высокоразвитой туристской инфраструктуры готовности к информационно-коммуникационным технологиям и развитой туристской инфраструктуры бизнес-среды (США, Япония).

4.2. Туристская дестинация с высокими показателями доходов на одно прибытие и низкой рыночной результативностью индустрии туризма относительно охвата денежных потоков международного туризма, являющаяся реципиентом и эмитентом международного туризма за счет высокоразвитой туристской инфраструктуры готовности к информационно-коммуникационным технологиям (Республика Корея, Израиль).

5. Типы низкорезультативных туристских дестинаций:

5.1. Туристская дестинация с невысокими доходами на одно прибытие, средней результативностью индустрии туризма относительно охвата денежных потоков международного туризма и высоким уровнем неравенства в обществе (Кувейт, Нигерия).

5.2. Туристская дестинация с наименьшими доходами на одно прибытие, низкой результативностью и высоким уровнем неравенства в обществе (Эвлатини, Папуа-Новая Гвинея, Парагвай).

Рисунок 5 – Типы туристских дестинаций. Источник: выполнено автором.

Установлено несоответствие полученных типов туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма - Индексом развития путешествий и туризма (TTDI) и Индексом конкурентоспособности путешествий и туризма (TTCI), которые, по мнению разработчиков Всемирного экономического форума, измеряют уровень развития индустрии

туризма по странам мира, позволяя обеспечивать устойчивое и стабильное развитие индустрии туризма и проводить межстрановое сравнение. Доказано, что международные индексы развития индустрии туризма не учитывают показатели результативности индустрии туризма и, следовательно, не могут являться достаточным основанием для проведения межстрановых сравнений относительно влияния разных типов туристских дестинаций на экономическое развитие территории.

Сопоставление выделенных типов туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма TTDI и TTCI (рисунки 6-7) показывает, что только *высокорезультативный отраслевой тип* туристских дестинаций (Австралия) демонстрирует также высокие значения международных индексов развития индустрии туризма, при этом *высокорезультативный выставочный, инфраструктурный тип* туристских дестинаций (Катар) имеет невысокие значения индексов TTDI и TTCI, в тоже время *среднерезультативный* (Япония) и *низкорезультативный* (Италия) типы туристских дестинаций демонстрируют высокие значения индексов TTDI и TTCI, что говорит о том, что структура международных индексов развития индустрии туризма не учитывает различные типы развития туристских дестинаций относительно критерия рыночной результативности.

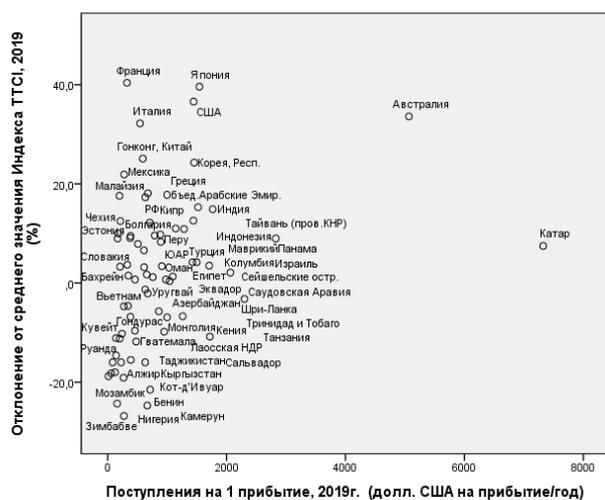


Рисунок 6 - Перекрывающаяся диаграмма рассеяния значений показателей «Отклонение от среднего значения Индекса TTCI, 2019», «Поступления на 1 туристское прибытие, 2019». Источник: выполнено автором.

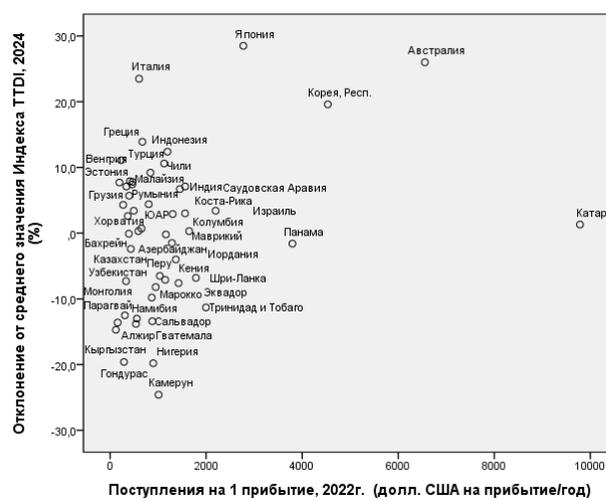


Рисунок 7 - Перекрывающаяся диаграмма рассеяния значений показателей «Отклонение от среднего значения Индекса TTDI, 2024» (рассчитан по данным 2022г.), «Поступления на 1 туристское прибытие, 2022». Источник: выполнено автором.

5. На основе разработанного автором подхода проведен анализ взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем, а также показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам между туристскими макрорегионами и странами мира, с использованием факторного анализа, временных моделей прогнозирования, модели деревьев решений, пошагового метода регрессионного анализа и панельных данных.

Сформулированы и протестированы с использованием математического моделирования научные гипотезы анализа взаимосвязей и факторов мирового рынка услуг индустрии туризма по странам мира (рисунок 8). Сформирована статистическая база панельных данных по 169 странам в динамике с 1995г. по 2022г.

Гипотеза 1. Исследование взаимосвязей: уровень социально-экономического развития страны влияет на развитие индустрии туризма в данной стране: H0: отсутствует влияние. H1: существует влияние.

Гипотеза 2. Исследование взаимосвязей: развитие индустрии туризма в стране влияет на уровень социально-экономического развития страны: H0: отсутствует влияние. H1: существует влияние.

Гипотеза 3. Выделение отличительных характеристик типов туристских дестинаций по показателям: импорт туристских услуг (денежные потоки из страны); экспорт туристских услуг (туристские потоки в страну); экспорт туристских услуг (денежные потоки в страну); уровень бедности в стране. H0: отсутствуют отличительные характеристики типов туристских дестинаций в зависимости от экспорта и импорта туристских услуг и уровня бедности в стране. H1: существуют отличительные характеристики типов туристских дестинаций в зависимости от экспорта и импорта туристских услуг и уровня бедности в стране.

Гипотеза 4. Вклад индустрии туризма в экспорт и импорт услуг влияет на уровень социально-экономического развития страны: H0: отсутствует влияние. H1: существует влияние.

Гипотеза 5. На экспорт туристских услуг (туристские потоки в страну) в большей степени влияет туристская инфраструктура качества природной среды и конкурентоспособность цен, чем инфраструктура бизнес-среды и степень приоритетности путешествий и туризма со стороны правительства: H0: не подтверждается приоритетное влияние. H1: подтверждается приоритетное влияние.

Гипотеза 6. На экспорт туристских услуг (денежные потоки в страну) в большей степени влияет туристская инфраструктура готовности к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ), чем инфраструктура качества природной среды и конкурентоспособность цен: H0: не подтверждается приоритетное влияние. H1: подтверждается приоритетное влияние.

Гипотеза 7. Туристская инфраструктура готовности к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) влияет на рыночную результативность туристской дестинации относительно емкости рынка: H0: отсутствует влияние. H1: существует влияние.

Гипотеза 8. Выделение отличительных характеристик типов туристских дестинаций по рыночным индикаторам результативности: H0: отсутствуют отличительные характеристики типов туристских дестинаций в зависимости от рыночных индикаторов результативности. H1: существуют отличительные характеристики типов туристских дестинаций в зависимости от рыночных индикаторов результативности.

Гипотеза 9. На импорт туристских услуг (денежные потоки из страны) влияют уровень социально-экономического развития страны и уровень бедности в стране: H0: отсутствует влияние. H1: существует влияние.

Гипотеза 10. Оценка роли мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике страны по типам развития инфраструктуры туристских дестинаций: роль мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике страны зависит от типа развития инфраструктуры туристских дестинаций. H0: не подтверждается. H1: подтверждается.

Рисунок 8 - Научные гипотезы для доказательства с использованием математического моделирования анализа взаимосвязей и факторов мирового рынка услуг индустрии туризма по странам мира. Источник: составлено автором.

Доказано влияние процессов развития индустрии туризма на национальные экономические системы (таблица 1) и влияние национальных экономических систем на процессы развития индустрии туризма (таблица 2), позволяющие выявить факторы влияния с определением современного представления международной индустрии туризма как совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях формирования технологических тенденций мировой экономики.

Таблица 1 – Модели зависимости развития индустрии туризма от уровня социально-экономического развития страны

Тестирование гипотезы 1, гипотезы 9: модели зависимости развития индустрии туризма от уровня социально-экономического развития страны (панельные данные)	Статистический тест достоверности модели: Совместный тест Вальда: Хи-квадрат(3) =
$y_t^1 = -0,24y_{t-1}^1 + 0,21 \ln DPpc - 0,01Ind_Gini$	18,225 [0,0004]
$y_t^1 = -0,65y_{t-1}^1 - 0,02 Ind_{Gini}_{t-1} + 0,09 \ln DPpc_{t-1}$	22,8123 [0,0000]
$y_t^1 = -0,55y_{t-1}^1 - 0,02 Ind_{Gini}_{t-1} + 0,11 \ln DPpc$	22,9297 [0,0000]
$y_t^2 = -0,04 + 0,39y_{t-1}^2 - 0,01 Ind_{Gini}_{t-1} - 0,53 \ln DPpc_{t-1}$	17,7631 [0,0005]
$y_t^3 = 0,06 \ln Expenses_{t-1} - 0,04Ind_{Gini} + 0,94 \ln DPpc$	235,659 [0,0000]
$y_t^4 = -0,02y_{t-1}^4 - 0,06Ind_{Gini} + 0,59 \ln DPpc$	92,8162 [0,0000]
$y_t^5 = 0,08y_{t-1}^5 - 0,03Ind_{Gini} + 0,88 \ln DPpc$	78,2619 [0,0000]
$y_t^6 = 0,12y_{t-1}^6 - 0,03Ind_{Gini} + 0,09 \ln DPpc$	9,05118 [0,0286]

$y_t^7 = -0,15y_{t-1}^7 + 0,41Ind_{Gini} - 3,34 \ln DPpc$	116,286 [0,0000]
$y_t^8 = -0,03y_{t-1}^8 + 0,01Ind_{Gini} + 0,74 \ln DPpc$	3,50312 [0,3204]
$y_t^9 = -0,04y_{t-1}^9 - 0,01Ind_{Gini} + 0,10 \ln DPpc$	31,8914 [0,0000]

Источник: выполнено автором [в моделях жирным выделены коэффициенты при переменных с уровнем значимости $\alpha \leq 0,05$]. [Эндогенные переменные: Y_t^1 - Поступления на 1 прибытие, долл.США на прибытие/год; индикатор рыночной результативности туристской дестинации относительно емкости рынка ($Ln_Rec1Arr$); Y_t^2 - Поступления (туристские доходы иностранных поступлений или экспорт туристских услуг относительно денежных потоков), млн. долл.США/год (логарифм $Ln_Receipts$); Y_t^3 - Расходы (туристские расходы или импорт туристских услуг относительно денежных потоков), млн. долл.США /год (логарифм $Ln_Expenses$); Y_t^4 - Прибытие (туристские прибытия или экспорт туристских услуг относительно туристских потоков), тыс. поездок/год (логарифм Ln_Arriv); Y_t^5 - Абсолютный баланс туризма, млн. долл.США /год (логарифм Ln_AbsBal); Y_t^6 - Баланс туризма относительно ВВП, % ($Ln_Relative_GDP$); Y_t^7 - Вклад туризма в экспорт услуг, % ($Contribution_Expr$); Y_t^8 - Вклад туризма в импорт услуг, % ($Contribution_Imp$); Y_t^9 - Открытость туризма, % ($Ln_Openess$); Экзогенные переменные: ВВП на душу населения, долл.США/год (логарифм Ln_DPpc); Джини индекс (Ind_Gini)].

Получены эконометрические модели зависимости уровня социально-экономического развития страны от развития индустрии туризма, позволяющие оценить насколько международная индустрия туризма и мировой рынок услуг индустрии туризма способны влиять на процессы социально-экономического развития страны (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Модели зависимости уровня социально-экономического развития страны от развития индустрии туризма

Тестирование гипотезы 2, гипотезы 4: модели зависимости уровня социально-экономического развития страны от развития индустрии туризма (панельные данные и модель деревьев решений)	Статистический тест достоверности модели
y_t^{11} : Доказано влияние показателей вклада туризма в экспорт и импорт услуг, с доминированием влияния вклада туризма в экспорт услуг на ВВП на душу населения [Модель дерева классификации: исчерпывающий CHAID]	Скорректировано по Бонферрони. Макс. кол-во уровней: 3. Мин. кол-во наблюдений в родительском узле: 100. Мин. кол-во наблюдений в дочернем узле: 50. Число узлов: 8. Глубина: 2.
$y_t^{11} = -0,03 \ln DPpc_{t-1} - 0,01Contribution_{Expr_{t-1}} - 0,01Contribution_{Imp_{t-1}}$	Совместный тест Вальда: Хи-квадрат(3) = 17,5101 [0,0006]
$y_t^{12} = 0,04y_{t-1}^{12} + 0,08Contribution_{Expr_{t-1}} - 0,02Contribution_{Imp_{t-1}}$	Совместный тест Вальда: Хи-квадрат(3) = 19,8001 [0,0002]
$y_t^{13} = 6,88 + 0,14Contribution_{Expr_{t-1}} - 0,03Contribution_{Imp_{t-1}}$	Асимптотическая тестовая статистика: Хи-квадрат(2) = 0,00941935; p-значение = 0,995301

Источник: выполнено автором [в моделях жирным выделены коэффициенты при переменных с уровнем значимости $\alpha \leq 0,05$]. [Эндогенные переменные: Y_t^{11} - ВВП на душу населения, долл.США/год (логарифм Ln_DPpc); Y_t^{12} - Джини индекс (Ind_Gini); Y_t^{13} - Уровень бедности, 2,15 долл. США в день (ППС 2017 г.), % населения ($PovR$). Экзогенные переменные: ВВП на душу населения, долл.США/год (логарифм Ln_DPpc); Вклад туризма в экспорт услуг, % ($Contribution_Expr$); Вклад туризма в импорт услуг, % ($Contribution_Imp$)].

Построены графики подтверждения точности отдельных полученных эконометрических моделей зависимостей с определением прогнозных значений показателей Y_t^1 , Y_t^3 , Y_t^4 , Y_t^7 , Y_t^9 . На рисунках 9-11 представлены графики для показателя Y_t^1 .

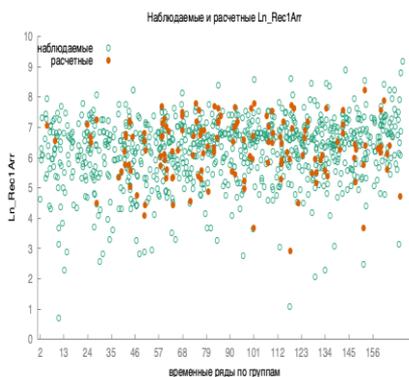


Рисунок 9 – Соотношение наблюдаемых и расчетных значений зависимой переменной (Y_t^1): логарифм «Поступления на 1 прибытие» от уровня социально-экономического развития страны. Модель 3. Источник: выполнено автором.

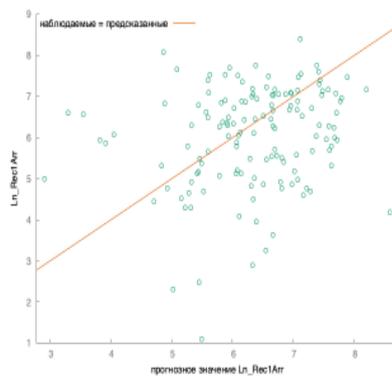


Рисунок 10 – Прогнозное значение зависимой переменной (Y_t^1): логарифм «Поступления на 1 прибытие» от уровня социально-экономического развития страны. Модель 3. $y_t^1 = -0,55y_{t-1}^1 - 0,02 \ln Ind_{Gint}_{t-1} + 0,11 \ln DPpc$ Источник: выполнено автором.

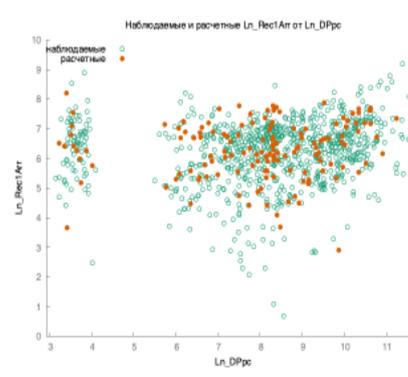


Рисунок 11 – Соотношение наблюдаемых и расчетных значений зависимой переменной (Y_t^1): логарифм «Поступления на 1 прибытие» от ВВП на душу населения. Модель 3. Источник: выполнено автором.

Построенные зависимости уровня социально-экономического развития страны от развития индустрии туризма говорят о том, что индустрия туризма сама по себе не может являться устойчивым фактором социально-экономического развития страны, а для беднейших стран даже способна увеличивать уровень бедности в стране. При этом уровень социально-экономического развития страны способен значительно влиять на процессы развития индустрии туризма.¹

Выделены типы туристских дестинаций, учитывающие особенности взаимодействия совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма, и позволяющие определить *факторы конкурентоспособности каждого типа туристских дестинаций*. На основе проведенного факторного анализа (метод главных компонент в программном продукте SPSS-21) выделены шесть факторов мирового рынка услуг индустрии туризма (рисунок 12), позволяющие понять специфику функционирования разных типов туристских дестинаций в зависимости от уровня рыночной результативности и инфраструктуры развития туристских дестинаций.

¹ Экономическая интерпретация полученных уравнений. Рыночная результативность туристской дестинации относительно емкости рынка зависит от уровня социально-экономического развития страны и имеет обратную зависимость от уровня относительной бедности в стране, измеренной уровнем неравенства.

Экспорт туристских услуг относительно денежных потоков зависит от значения прошлого периода (коэффициент 0,39), что говорит о наличии инерции. Однако рост ВВП на душу населения в прошлом (коэффициент – 0,53) может замедлять дальнейший рост экспорта туристских услуг относительно денежных потоков, что может говорить о перераспределении экспортных потоков более развитых стран не в сторону индустрии туризма.

Экспорт туристских услуг относительно туристских потоков зависит от ВВП на душу населения (коэффициент 0,59) и отрицательно реагирует на рост неравенства в стране (коэффициент – 0,06), что может свидетельствовать о сокращении притока туристов в бедные страны.

Фактор 1 (F1) «Денежные и Туристские потоки на мировом рынке услуг индустрии туризма» (CF_GM): можно говорить о том, что увеличение только самих потоков экспорта и импорта услуг индустрии туризма и активности стран на мировом рынке услуг индустрии туризма не приводит к росту результативности индустрии туризма в экономике стран и туристских дестинаций.

Фактор 2 (F2) «Интеграция индустрии туризма в систему мирохозяйственных связей» (TI_WER): показывает важность и вовлеченность интеграционных процессов индустрии туризма в систему мирохозяйственных связей.

Фактор 3 (F3) «Результативность и приоритетность индустрии туризма» (F_PrIT): показывает результативность индустрии туризма в экономике стран и туристских дестинаций, связан, в первую очередь, судя по факторным нагрузкам, с уровнем социально-экономического развития в стране, с тем, насколько доступна и используется индустрией туризма инфраструктура информационно-коммуникационных технологий и цифровых услуг в стране, насколько важна индустрия туризма по приоритету для правительства.

Фактор 4 (F4) «Вовлеченность индустрии туризма в международную торговлю» (STE): определяет отношение экспорта и импорта денежных туристских потоков к совокупному экспорту и импорту услуг страны, соответственно, с позиции, в первую очередь, рыночной результативности индустрии туризма относительно денежных поступлений на одно туристское прибытие, без относительно уровня социально-экономического развития в стране.

Фактор 5 (F5) «Ценовая конкуренция бедных стран» (PrCom): определяет возможности ценовой конкуренции стран с высоким уровнем абсолютной бедности, не зависимо от степени неравенства по доходам в таких странах, но включая приоритетность сектора индустрии туризма для правительства.

Фактор 6 (F6) «Бедность и слаборазвитость информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)» (Pov_UnDev): определяет возможности привлечения туристских потоков в беднейшие страны за счет качества природных объектов.

Рисунок 12 – Факторы мирового рынка услуг индустрии туризма. Источник: выполнено автором.

Проведенное тестирование гипотезы (169 стран в динамике с 1995г. по 2022г.) на основе панельных данных с использованием временных моделей прогнозирования с учетом лагов, показало роль мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике в зависимости от типа развития инфраструктуры туристских дестинаций и уровня социально-экономического развития страны (таблица 3).

Таблица 3 – Модели прогнозирования оценки роли мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике страны

Тестирование гипотезы 10: модели прогнозирования оценки роли мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике страны по типам развития инфраструктуры туристских дестинаций	Статистический тест достоверности модели: Совместный тест Вальда: Хи-квадрат(8) =
$y_t^6 = 0,20y_{t-1}^6 - 0,03Ind_Gini_t + 0,12 \ln DPpc_t - 0,08BusInv_t - 0,68ICT_R_t + 1,38Pr_TT_t + 0,17Price_C_t - 0,45NRO_t$	118,18 [0,0000]
$y_t^7 = -0,12y_{t-1}^7 + 0,32Ind_Gini_t - 1,38 \ln DPpc_t - 3,37BusInv_t - 6,05ICT_R_t + 11,98Pr_TT_t - 0,27Price_C_t + 0,61NRO_t$	292,206 [0,0000]
$y_t^8 = -0,02y_{t-1}^8 + 0,01Ind_Gini_t + 0,42 \ln DPpc_t - 5,47BusInv_t + 2,24ICT_R_t + 2,35Pr_TT_t + 1,94Price_C_t + 1,96NRO_t$	46,5992 [0,0000]
$y_t^9 = 0,06y_{t-1}^9 - 0,07Ind_Gini_t - 0,05 \ln DPpc_t - 2,16BusInv_t + 0,18ICT_R_t + 4,72Pr_TT_t - 1,20Price_C_t - 1,69NRO_t$	118,396 [0,0000]
$y_t^{10} = -0,03y_{t-1}^{10} + 0,01Ind_Gini_t - 0,12 \ln DPpc_t - 0,02BusInv_t - 0,11ICT_R_t + 0,70Pr_TT_t - 0,05Price_C_t - 0,12NRO_t$	152,63 [0,0000]

Источник: выполнено автором [в моделях жирным выделены коэффициенты при переменных с уровнем значимости $\alpha \leq 0,05$]. [Эндогенные переменные: Y_t^6 - Баланс туризма относительно ВВП, %; Y_t^7 - Вклад туризма в экспорт услуг, %; Y_t^8 - Вклад туризма в импорт услуг, %; Y_t^9 - Открытость туризма, %; Y_t^{10} - показатель Относительный баланс туризма: индикатор рыночной результативности туристской дестинации относительно охвата денежных потоков. Экзогенные переменные: (1) ВВП на душу населения, долл.США/год ($\ln DPpc_t$); уровень относительной бедности в стране оценивается показателем (2) Джини индекс (Ind_Gini_t); тип развития инфраструктуры туристских дестинаций оценивается уровнем развития инфраструктуры туризма в стране: (3) Оценка бизнес-среды, балл ($BusInv_t$); (4) Оценка готовности к ИКТ, балл (ICT_R_t); (5) Оценка приоритетности путешествий и туризма, балл (Pr_TT_t); (6) Оценка конкурентоспособности цен, балл ($Price_C_t$); (7) Оценка природных ресурсов, балл (NRO_t)].

Доказано, что роль мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике страны зависит от типа развития инфраструктуры туристских дестинаций и уровня социально-экономического развития страны.

Доказано, что инфраструктура приоритетности путешествий и туризма в стране со стороны правительства является важным фактором влияния на большинство показателей, оценивающих роль мирового рынка услуг индустрии туризма в экономике страны: «Вклад туризма в экспорт услуг» (коэффициент 11,98), «Вклад туризма в импорт услуг» (коэффициент 2,4), «Относительный баланс туризма» (один из показателей рыночной результативности индустрии туризма относительно охвата денежных потоков) (коэффициент 0,7), «Открытость туризма» (коэффициент 4,7), «Баланс туризма относительно ВВП» (коэффициент 1,4).

Развитая инфраструктура бизнес-среды в стране, напротив, способна негативно влиять на Вклад туризма в экспорт (-3,4) и импорт (-5,5) услуг, что говорит о способности формировать не зависящие от индустрии туризма экономические модели.

Развитая инфраструктура готовности к информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) вместе с высоким Индексом Джини в стране способны негативно влиять на «Вклад туризма в экспорт услуг» (-6,1) и «Баланс туризма относительно ВВП» (-0,7), при этом положительно влияя на «Вклад туризма в импорт услуг» (2,2), что подтверждает выводы по проведенному ранее факторному анализу, который позволил понять специфику функционирования разных типов туристских дестинаций относительно уровня социально-экономического развития и специфики инфраструктуры туризма в стране. В первую очередь, это касается фактора результативности индустрии туризма в экономике стран и туристских дестинаций, фактора вовлеченности индустрии туризма в международную торговлю и фактора бедности и слаборазвитости информационно-коммуникационных технологий бедных стран, формирующие основные типы развития инфраструктуры туристских дестинаций относительно уровня социально-экономического развития страны.

Доказана роль туристской инфраструктуры готовности к информационно-коммуникационным технологиям как решающего фактора рыночной результативности национальной индустрии туризма для различных типов туристских дестинаций.

Обосновано соответствие типов туристских дестинаций моделям мирового рынка услуг индустрии туризма (рисунок 13), базирующимся на внутренних и внешних факторах экономического развития с позиции научных теорий, и учитывающих технологическую направленность развития наиболее результативных туристских дестинаций, формируя концепцию целостной интеграции человеческих навыков и технологических возможностей для инклюзивного и устойчивого роста, как для малых национальных индустрий туризма, зависящих от международной индустрии туризма, с целью поддержания результативности экспортоориентированных туристских дестинаций, так и для высокоразвитых туристских дестинаций.

Результаты исследования подтверждают сформулированные научные гипотезы, уточняя специфику функционирования разных типов туристских дестинаций и подтверждают современное представление международной индустрии туризма как совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях формирования технологических преобразований мировой экономики.

Туристские дестинации малых национальных индустрий туризма, относящиеся к типам среднерезультативных туристских дестинаций-реципиентов международного туризма (Макао (КНР), Арубы, Багамские острова, Сейшельские острова, Фиджи) и низкорезультативных туристских дестинаций малоразвитых бедных стран (Нигерия, Эвэтинни), способны за счет развития туристской инфраструктуры конкурентоспособных цен, туристской инфраструктуры приоритетности путешествий и туризма со стороны правительства и туристской инфраструктуры качества природной среды превратить национальную индустрию туризма в локомотив роста для всей национальной экономики за счет реализации *модели взаимодействия агентов* на мировом рынке услуг индустрии туризма в части формирования сравнительного преимущества туристских услуг и туристских товаров за счет установления конкурентоспособных цен, *развивая теории абсолютных и относительных преимуществ относительно туристских дестинаций*.

Возможность интеграции технологических достижений и человеческих навыков, как факторов развития экспортоориентированных **туристских дестинаций слаборазвитых и развивающихся стран**, может быть реализована в виде *модели совместного использования ресурсов* на мировом рынке услуг индустрии туризма в условиях ограниченности природных ресурсов, увеличения отходов и загрязнения окружающей среды, *развивая теории циркулярной экономики и экономики совместного потребления*.

Туристские дестинации развитых стран, относящиеся к типам высокорезультативных туристских дестинаций-реципиентов международного туризма (Австралия, Катар) и среднерезультативных туристских дестинаций-реципиентов-эмитентов международного туризма (США, Великобритания, Япония, Республика Корея, Израиль), формируют результативную рыночную модель международной индустрии туризма с высокой долей добавленной стоимости, способную обеспечить диверсификацию национальной экономики и позволяющую повысить темпы экономического развития за счет высокого уровня технологической модернизации мирового рынка услуг индустрии туризма, *развивая теорию Й. Шумпетера* в виде *модели социокиберфизической системы индустрии туризма*, основанной на понятии новых комбинаций изменений в экономическом развитии.

Туристские дестинации-эмитенты международного туризма с низким относительным туристическим балансом (КНР, РФ) имеют возможность перейти в среднерезультативный тип туристских дестинаций-реципиентов-эмитентов международного туризма за счет реализации *модели интеллектуальной цепочки создания стоимости* с использованием технологий Индустрии 4.0/5.0, позволяющей формировать туристскую дестинацию в виде цепочки создания стоимости туристского продукта, как совокупности действий, разделенных между международными и региональными производителями туристских продуктов, учитывающих факторы конкурентоспособности туристской инфраструктуры национальной индустрии туризма. В таком случае туристская дестинация будет создаваться для потребления как на внутреннем рынке, так и на международном рынке индустрии туризма в виде совокупности туристских услуг и туристских товаров с учетом прогнозирования образования новых цепочек, сопряженных технологических процессов, соединенных производственной кооперацией, которые связаны друг с другом однотипными технологическими цепями и способны образовать, по мнению С.Ю. Глазьева, технологические уклады.

Рисунок 13 – Соответствие типов туристских дестинаций моделям мирового рынка услуг индустрии туризма. Источник: выполнено автором

6. На основе разработанного автором подхода проведена (а) оценка и прогнозирование конъюнктуры мирового рынка, (б) оценка позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма, (в) оценка взаимодействия компаний-конкурентов на мировом рынке на базе системы взаимозависимых уравнений авторегрессии и распределенного лага, позволяющим учитывать новую архитектуру взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма и спрогнозировать конъюнктуру мирового рынка услуг индустрии туризма относительно выделенных факторов.

а) Модель оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма на базе модели авторегрессии и распределенного лага (ADL-модель) позволяет отобразить процесс взаимодействия участников, оценить и спрогнозировать конъюнктуру мирового рынка услуг индустрии туризма (выбраны два ключевых показателя: совокупные туристские потоки мирового рынка услуг индустрии туризма, млрд. чел./год (y_t^1), совокупные денежные потоки мирового рынка услуг индустрии туризма, млрд. долл. США/год (y_t^2)) относительно выделенных факторов. Период исследования с 1994 по 2022 гг. На основе мультикорреляционного анализа переменных, и линейного, пошагового регрессионного анализа были выведены следующие взаимозависимые уравнения (1):

$$\begin{cases} y_t^1 = -0,011 + 0,008 * y_{t-1}^1 + 0,0001 * y_t^2 + 0,961 * x_t^4 \\ y_t^2 = 5,112 + 0,317 * y_{t-1}^2 + 432,813 * y_t^1 - 0,532 * x_t^5 \end{cases} \quad (1)$$

где x_t^4 – количество людей, которые проживают в коллективных средствах размещения в мире в t году; x_t^5 – количество туристских компаний, имеющих государственную лицензию в мире в t году. Для уравнения (y_t^1) $R^2=0,99$; для уравнения (y_t^2) $R^2=0,99$.

Построен прогноз значений эндогенных переменных для модели y_t^1 и y_t^2 с 2023 по 2027 год. Модель оценки конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма с высокой значимостью показывает, что в мировой экономике продолжится тренд на увеличение совокупных объемов туристских и денежных потоков с усилением неравномерного распределения потоков туристов и потоков денежных средств в результате перемещения туристов.

б) Модель оценки и прогнозирования позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма на основе системы взаимосвязанных уравнений авторегрессии и распределенного лага позволяет анализировать влияние экспортно-импортных потоков туристских услуг России, количества заведений индустрии туризма и количества прибытий по видам транспорта в Россию на общемировые значения показателей индустрии туризма. Временной диапазон исследования охватывает период с 2000 по 2022 гг. Для оценки и прогнозирования позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма выбраны шесть эндогенных переменных, которые характеризуют общемировые значения показателей индустрии туризма: Y_t^1 – общемировой доход отелей от туристской деятельности в t -ом году, млн долларов США в год; Y_t^2 – общемировой доход туристских агентств в t -ом году, млн долларов США в год; Y_t^3 – общемировой фонд оплаты труда сотрудников туристских агентств в t -ом году, млн долларов США в год; Y_t^4 – общемировое валовое накопление основного капитала туристских агентств в t -ом году, млн долларов США в год; Y_t^5 – общемировой экспорт туристских услуг в стоимостном выражении в t -ом году, млн долларов США в год; Y_t^6 – общемировой импорт туристских услуг в стоимостном выражении в t -ом году, млн долларов США в год. На основе мультикорреляционного анализа переменных, и линейного, пошагового регрессионного анализа были выведены следующие взаимосвязанные уравнения (2):

$$\left\{ \begin{array}{l} Y_t^1 = 0,11 + 0,76 \cdot Y_{t-1}^1 - 0,64 \cdot Y_{t-1}^2 + 0,6 \cdot Y_{t-1}^3 - 0,08 \cdot Y_{t-1}^5 + 0,08 \cdot X_t^2 + 0,13 \cdot X_t^7 - 0,01 \cdot X_t^8 \\ Y_t^2 = -0,07 + 0,03 \cdot Y_{t-1}^1 + 0,13 \cdot Y_{t-1}^2 + 0,49 \cdot Y_{t-1}^3 - 0,07 \cdot Y_{t-1}^5 + 0,43 \cdot X_t^2 + 0,19 \cdot X_t^7 - 0,12 \cdot X_t^8 \\ Y_t^3 = -0,04 - 0,39 \cdot Y_{t-1}^1 - 0,16 \cdot Y_{t-1}^2 + 0,9 \cdot Y_{t-1}^3 + 0,18 \cdot Y_{t-1}^5 + 0,4 \cdot X_t^2 + 0,27 \cdot X_t^7 + 0,03 \cdot X_t^8 \\ Y_t^4 = 0,2 - 0,91 \cdot Y_{t-1}^1 + 0,78 \cdot Y_{t-1}^2 - 0,0002 \cdot Y_{t-1}^3 + 0,28 \cdot Y_{t-1}^5 + 0,89 \cdot X_t^2 - 0,37 \cdot X_t^7 + 0,04 \cdot X_t^8 \\ Y_t^5 = -0,18 + 1,13 \cdot Y_{t-1}^1 - 0,29 \cdot Y_{t-1}^2 - 0,12 \cdot Y_{t-1}^3 - 0,5 \cdot Y_{t-1}^5 + 0,06 \cdot X_t^2 + 0,11 \cdot X_t^4 + 0,8 \cdot X_t^7 + 0,05 \cdot X_t^8 \\ Y_t^6 = -0,11 + 0,99 \cdot Y_{t-1}^1 + 0,06 \cdot Y_{t-1}^2 - 0,3 \cdot Y_{t-1}^3 - 0,62 \cdot Y_{t-1}^5 + 0,26 \cdot X_t^2 + 0,83 \cdot X_t^7 + 0,06 \cdot X_t^8 \end{array} \right. \quad (2)$$

где X_t^2 – импорт туристских услуг России в не денежном выражении в t -ом году, тысяча человек в год; X_t^4 – общее количество заведений индустрии туризма в России в t -ом году, единицы в год; X_t^7 – количество прибытий воздушным транспортом в Россию в t -ом году, тысяча человек в год; X_t^8 – количество прибытий по воде в Россию в t -ом году, тысяча человек в год.

Построен прогноз значений эндогенных переменных для модели с 2023 по 2027 год, показывающий положительную линию тренда по всем показателям развития международной индустрии туризма, кроме показателя Y_t^4 , что является подтверждением формирования нового типа развития инфраструктуры международной индустрии туризма, основанного на современных информационно-коммуникационных технологиях. Доказано, что построенная модель является достоверной на основе сравнения фактических и расчетных показателей эндогенных переменных Y_t^i , отмечая периоды глобальных экономических кризисов (2008-2009гг.; 2014-2015гг.; 2020-2022гг.), когда динамика отклонений фактических данных от расчетных данных увеличивается. ²

² Доказан тип туристской дестинации России на мировом рынке услуг индустрии туризма в виде «туристская дестинация-эмитент международного туризма с низким относительным туристическим балансом», проявляющийся значимым положительным влиянием показателя импорта туристских услуг России в не денежном выражении (X_t^2) на все эндогенные показатели Y_t^i взаимосвязанных уравнений: коэффициент 0,894 (Y_t^4); коэффициент 0,425 (Y_t^2); коэффициент 0,396 (Y_t^3). Переход в более результативный тип туристских дестинаций-реципиентов-эмитентов международного туризма возможен за счет формирования интегрированной российской туристской дестинации для потребления как на внутреннем рынке, так и на международном рынке индустрии туризма.

в1) Модель конкуренции компаний на туристских рынках Центральной и Восточной Европы (временной диапазон исследования охватывает период с 2000 по 2023 гг.) (3):

$$\left\{ \begin{array}{l} y_t^1 = -0,00107 - 0,0122 y_{t-1}^1 + 0,996921 y_t^3 + 0,007941 x_t^4 \\ y_t^2 = -0,0024 - 0,0301 y_{t-1}^2 + 0,9711 y_t^3 + 0,0502 x_t^4 \\ y_t^3 = -2,03720812195829E - 16 + 1,0003 y_t^4 - 0,0008 x_t^4 \\ y_t^4 = -0,0003 - 0,0042 y_{t-1}^4 + 0,9970 y_t^3 + 0,0055 x_t^4 \\ y_t^5 = 0,0001 + 0,0023 y_{t-1}^5 + 0,9784 y_t^4 + 0,0222 x_t^4 \\ y_t^6 = 0,0026 + 0,0330 y_{t-1}^6 + 1,0100 y_t^3 - 0,0368 x_t^4 \end{array} \right\} \quad (3)$$

где *эндогенные переменные модели*: y_t^1 – доход компании Intourist VAO в t-ом году, y_t^2 – доход компании Tez Tours в t-ом году, y_t^3 – доход компании ITAKA в t-ом году, y_t^4 – доход компании ITM group в t-ом году, y_t^5 – доход компании Spa Thermal Travel Ltd в t-ом году, y_t^6 – доход компании AB Poland Travel в t-ом году, млрд долл США; *экзогенные переменные модели*: X_t^1 – уровень безработицы в России в t-ом году, %; X_t^2 – годовой уровень инфляции в РФ в t-ом году, %; X_t^3 – средние денежные доходы населения РФ в t-ом году, евро в год; X_t^4 – годовой объем ВВП/чел. в РФ в t-ом году, евро в год; X_t^5 – уровень безработицы в мире в t-ом году, %.

На основе полученной модели осуществлен прогноз значений эндогенных переменных с горизонтом в пять лет (2024-2028гг.).

в2) Модель конкуренции компаний в Американском туристском макрорегионе: Северная Америка; Латинская и Южная Америка (временной диапазон исследования охватывает период с 2010 по 2023 гг.) (4):

$$\left\{ \begin{array}{l} y_t^1 = 0,033 + 0,276 y_{t-1}^1 - 0,877 x_t^5 \\ y_t^2 = (-8,12922E - 17) + 0,687 X_t^{1-3} \\ y_t^3 = -0,277 + 0,021 y_t^1 + 0,009 X_t^{1-4} \\ y_t^4 = (2,29217E - 15) + 2,554 y_t^5 - 1,847 X_t^{1-4} \\ y_t^5 = (-9,12249E - 16) + 0,151 y_t^4 + 0,883 X_t^{1-4} \\ y_t^6 = (-1,47993E - 16) + 0,524 y_t^5 + 0,201 X_t^{1-1} - 0,313 x_t^5 \end{array} \right\} \quad (4)$$

где *эндогенные переменные модели*: y_t^1 – доход компании Booking Holdings в t-ом году, y_t^2 – доход компании Expedia Group в t-ом году, y_t^3 – доход компании Marriott International в t-ом году, y_t^4 – доход компании Hilton Worldwide в t-ом году, y_t^5 – доход компании Royal Caribbean Cruises в t-ом году, y_t^6 – доход компании Norwegian Cruise Line Holdings в t-ом году, млрд долл США; *экзогенные переменные модели*: X_t^{1-1} – число сотрудников компании Booking Holdings в t-ом году, чел., X_t^{1-2} – число сотрудников компании Expedia Group в t-ом году, чел., X_t^{1-3} – число сотрудников компании Marriott International в t-ом году, чел., X_t^{1-4} – число сотрудников компании Hilton Worldwide в t-ом году, чел., X_t^{1-5} – число сотрудников компании Royal Caribbean Cruises в t-ом году, чел., X_t^{1-6} – число сотрудников компании Norwegian Cruise Line Holdings в t-ом году, чел., X_t^2 – годовой уровень инфляции в США в t-ом году, %, X_t^3 – средние денежные доходы населения США в t-ом году, евро; X_t^4 – ВВП на душу населения по паритету покупательной способности в США в t-ом году, долл.США/чел., X_t^5 – уровень безработицы в мире в t-ом году, %.

На основе полученной модели осуществлен прогноз значений эндогенных переменных с горизонтом в пять лет (2024-2028гг.); самые высокие темпы роста доходов в динамике с 2010 по 2028 гг., учитывая прогнозные значения, показывают компании Expedia Group (357%); Booking Holdings (290%); Norwegian Cruise Line Holdings (279%). Анализ показал, что основными компаниями конкурентами в Американском туристском макрорегионе (4) являются глобальные туристские компании, владеющие множеством сервисов бронирования и продаж (Booking Holdings, Expedia Group), сетями отелей и курортов (Marriott International), круизными линиями и целыми курортными островами (Royal Caribbean Cruises; Norwegian Cruise Line Holdings), представляя собой структуру конкуренции глобальных туристских компаний с высоким уровнем технологического развития в отличии от структуры конкуренции компаний туроператоров рынка туристского макрорегиона Центральной и Восточной Европы (3), как посредников мирового рынка услуг индустрии туризма.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполняя поставленную цель настоящего исследования, автором создан и реализован новый подход оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма, позволяющий (а) учитывать новую архитектуру взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма; (б) формировать цепочки создания стоимости туристских дестинаций, как совокупности действий, разделенных между международными и региональными производителями туристских продуктов; (в) определить уровень вовлеченности туристской дестинации в мирохозяйственные связи; (г) выявить закономерности развития и факторы рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма.

Представлен комплекс последовательно выполняемых математических моделей и методов для оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма:

- Классификация стран на мировом рынке услуг индустрии туризма по параметрам рыночной результативности индустрии туризма относительно емкости рынка и охвата денежных потоков с использованием кластерного анализа методом к-среднее и иерархического кластерного анализа, что позволяет (а) определить группы стран, различающиеся по степени рыночной результативности туристских дестинаций, показывающие возможности туристской дестинации получать большие доходы при меньших потоках туристов; (б) установить несоответствие выделенных типов туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма, и предложить подход для проведения межстрановых сравнений; (в) сформулировать научные гипотезы для моделирования.

- Анализ взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем, а также показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам между туристскими макрорегионами и странами мира, проведенный на основе факторного анализа (метод главных компонент), временных моделей прогнозирования, модели деревьев решений, пошагового метода регрессионного анализа и панельных данных, позволяющий (а) понять специфику функционирования разных типов туристских дестинаций; (б) провести тестирование сформулированных научных гипотез; (в) подтвердить современное представление международной индустрии туризма как совокупности национальных индустрий туризма и мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях формирования технологических преобразований мировой экономики.

- Авторский подход к оценке и прогнозированию конъюнктуры с позиции взаимодействия туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма на базе системы взаимозависимых уравнений авторегрессии и распределенного лага, позволяющий отобразить процесс взаимодействия участников, оценить и спрогнозировать конъюнктуру мирового рынка услуг индустрии туризма относительно выделенных факторов.

Реализация представленного авторского подхода позволила получить ряд новых научных результатов:

1. Уточнены основные понятия и обоснованы дефиниции мирового рынка услуг индустрии туризма: потребности туриста, туристская дестинация, рынок услуг в индустрии туризма, международная индустрия туризма, конъюнктура мирового рынка услуг индустрии туризма, архитектура мирового рынка услуг индустрии туризма, рыночная результативность туристской дестинации относительно емкости рынка и охвата денежных потоков в условиях усиления

интеграционного взаимодействия участников и неравномерного распределения туристских и денежных потоков в разных регионах и странах мира.

2. Впервые в практике исследования туристской индустрии выполнено теоретическое обоснование моделей рынка услуг индустрии туризма с использованием существующих теорий на основе отождествления товаров с услугами, позволяющее объяснить возможность интеграции технологических достижений, человеческих навыков и конкурентоспособности, как факторов развития индустрии туризма и типов туристских дестинаций на рынке в современных условиях инновационно-технологического развития мировой экономики и развивающее теории: (а) теорию сравнительного преимущества Давида Рикардо и теорию соотношения факторов производства Хекшера — Олина, в части определения потоков международной индустрии туризма между странами и соотношения факторов природных ресурсов и исторического наследия, трудовых ресурсов, капитала, информации и инноваций в туристских дестинациях разного типа развития, позволяющие изучать конкурентные туристские дестинации с позиции специализации и результативности; (б) теорию экономического развития Йозефа А. Шумпетера, в части оценки степени вовлеченности индустрии туризма в процесс генерации инноваций и способности создавать новые комбинации изменений в экономическом развитии; (в) теоретические исследования в области распространения технологий Эверетта М. Роджерса и Ф.Ф. Шумейкера, в части учета фактора бихевиористских подходов к понятию инновационности, как с позиции степени принятия человеком новшеств и инноваций, так и возможности принятия данных новшеств и инноваций неоднородными международными и региональными производителями туристских продуктов; (г) теорию долгосрочного технико-экономического развития Сергея Юрьевича Глазьева и концепцию глобальной цепочки создания стоимости Майкла Портера, в части возможности формирования цепочки создания стоимости туристских дестинаций и технологического прогнозирования образования новых цепочек сопряженных технологических процессов, соединенных производственной кооперацией в туристских дестинациях.

3. На основе графического анализа показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам мирового рынка услуг индустрии туризма по туристским макрорегионам и странам мира выявлено лидерство туристских макрорегионов «Европа и Евразия», «Северная Америка» по сравнению с туристскими макрорегионами «Азиатско-Тихоокеанский», «Ближний Восток, Африка», «Латинская и Южная Америка» и по экспорту, и по импорту. Установлено, что США, ФРГ, Франция занимают наибольшую долю мирового рынка по экспорту и импорту туристских услуг относительно значений туристских и денежных потоков. Выявлено, что темпы роста вывоза денежных средств из России опережают темпы роста количества выезжающих по численности туристов.

4. На основе разработанного автором подхода проведена классификация стран на мировом рынке услуг индустрии туризма с использованием кластерного анализа методом к-среднее и иерархического кластерного анализа. В результате выделено пять типов туристских дестинаций, различающихся по степени рыночной результативности относительно емкости рынка, охвата денежных потоков и уровню социально-экономического развития. Установлено несоответствие полученных типов туристских дестинаций с международными индексами развития индустрии туризма. Доказано, что высокорезультативный тип туристских дестинаций выступает основным реципиентом международной индустрии туризма за счет высокого уровня развития туристской инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий. Обоснованы возможности

превращения индустрии туризма в фактор роста для разных типов туристских дестинаций развитых, развивающихся и слаборазвитых стран.

5. На основе разработанного автором подхода проведен анализ взаимовлияния процессов развития индустрии туризма и национальных экономических систем, а также показателей экспорта и импорта по туристским и денежным потокам между туристскими макрорегионами и странами мира, с использованием факторного анализа, а также панельных данных, временных моделей прогнозирования, модели деревьев решений и пошагового метода регрессионного анализа. Результаты исследования подтверждают сформулированные научные гипотезы, уточняя специфику функционирования разных типов туристских дестинаций в условиях формирования технологических преобразований мировой экономики. Выявлены закономерности развития и факторы рыночной результативности типов туристских дестинаций на мировом рынке услуг индустрии туризма.

6. На основе разработанного автором подхода проведена оценка и прогнозирование конъюнктуры с позиции взаимодействия туристских дестинаций, компаний-конкурентов и позиции России на мировом рынке услуг индустрии туризма на базе системы взаимозависимых уравнений авторегрессии и распределенного лага, позволяющего учитывать новую архитектуру взаимовлияния процессов развития национальных экономических систем и индустрии туризма, отражающую (а) структуру конкуренции глобальных туристских компаний Американского туристского макрорегиона с высоким уровнем технологического развития в отличии от структуры конкуренции компаний туроператоров рынка туристского макрорегиона Центральной и Восточной Европы; (б) неравномерное распределение потоков туристов и потоков денежных средств в результате перемещения туристов.

Полученные результаты прошли обсуждение в составе материалов при разработке стратегических направлений развития компании ООО «ИНТУРИСТ» (г. Москва) на мировом рынке услуг индустрии туризма, практическая полезность разработанного автором подхода к анализу и прогнозированию конъюнктуры и оценки конкуренции туристских организаций подтверждена актом внедрения.

Настоящее исследование внесло вклад в понимание механизмов международной экономической интеграции и представило инструменты для оценки и прогнозирования конъюнктуры мирового рынка услуг индустрии туризма в условиях технологических преобразований мировой экономики. Результаты могут быть использованы для разработки стратегий национальной индустрии туризма, повышения рыночной результативности туристских дестинаций и компаний международной индустрии туризма, учитывая особенности архитектуры мирового рынка услуг индустрии туризма.

IV. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Публикации в журналах, рекомендованных ВАК РФ по специальности 5.2.5. Мировая экономика:

1. **Скрипнюк К.Э.** Математическая модель конкуренции компаний в туристском мировом макрорегионе /Диденко Н.И., Скрипнюк К.Э.// Горизонты экономики. – 2025. - № 5 (92). С. 72-78. EDN: KOWHRG. (0,8 п.л., в т.ч. 0,4 авт.).

2. **Скрипнюк К.Э.** Моделирование развития индустрии туризма на арктических территориях /Скрипнюк К.Э.// Modern Economy Success. – 2025. - № 3. С. 14-23. EDN: CPFBJ (0,9 п.л.).

3. **Скрипнюк К.Э.** Зависимость экономического развития стран мира от открытости индустрии туризма /Скрипнюк К.Э.// Вестник евразийской науки. - 2025. - Т. 17. - № 1. – 42. EDN: СВСАQB (0,7 п.л.).

4. **Скрипнюк К.Э.** Модель влияния индустрии туризма на экономическое развитие стран мира /Скрипнюк К.Э.// Горизонты экономики. - 2024. - № 6 (86). - С. 126-132. EDN: AXSQAD (0,9 п.л.).

В других научных изданиях:

1. **Скрипнюк К.Э.** Управление на основе данных в индустрии туризма /Диденко Н.И., Скрипнюк К.Э.// В сборнике Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции «Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли». В 8-ми частях. Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2024. - С. 104-111. EDN: PBGNWS (0,5 п.л., в т.ч. 0,3 авт.).

2. **Скрипнюк К.Э.** Модель развития сферы туризма в регионах мира /Скрипнюк К.Э.// В сборнике трудов всероссийской научно-практической конференции «Современные средства и методы менеджмента качества». Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. - С. 180-187. EDN: GLEFMA (0,5 п.л.).

3. **Скрипнюк К.Э.** Моделирование жизненного цикла бизнес-экосистемы компании /Скрипнюк К.Э., Диденко Н.И.// В сборнике трудов IV Международного форума «Управление качеством продукции на основе передовых производственных технологий». Санкт-Петербург: СПбПУ, 2023. - С. 99-106. EDN: OMOVVIV (0,5 п.л., в т.ч. 0,3 авт.).

4. **Skripniuk K.** Methodology of a Circular Economy in a Specific Territory / Skripniuk D., Didenko N., Gazizulina A.,..., Skripniuk K.// Sustainability. - 2023. - Т. 15. - № 13. - С. 10363. DOI: 10.3390/su151310363. EDN: IUUQYU. (1,8 п.л., в т.ч. 0,4 авт.). Scopus.

5. **Skripniuk K.** Methodology for the Formation of a Digital Model of the Life Cycle of an Offshore Oil and Gas Platform /Didenko N., Skripniuk D., Merkulov V., Kikkas K.N., Skripniuk K.// Resources. - 2023. - Т. 12. - № 8. - С. 86. DOI: 10.3390/resources12080086. EDN: SFKFAQ (1,9 п.л., в т.ч. 0,4 авт.). Scopus.

6. **Скрипнюк К.Э.** Тенденции развития торговых форматов на мировом рынке. /Скрипнюк К.Э.// Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. - 2009. - № 16. - С. 406-409. EDN: OYCURH (0,3 п.л.). (ВАК).