

EDN: LGXPKI
УДК 338.486.4

CRITICAL ANALYSIS OF EXISTING APPROACHES TO ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF TOURISM ORGANIZATIONS

Eduard V. Kolesov*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Received 12.03.2025, approved after reviewing 14.04.2025, accepted 25.06.2025

Abstract. The article presents the results of the study, generalization, and systematization of the works of both foreign and domestic economists, focusing on the issue of assessing organizational efficiency from the perspectives of various scientific and methodological approaches. Special attention is given to the examination of methodologies for evaluating the efficiency of tourism organizations, which possess specific operational characteristics in the context of contemporary digital transformation within the tourism services market. This scenario necessitates the adaptation of existing methodologies and methods to the unique features of these organizations' activities, ensuring a comprehensive and systemic approach to conducting the research.

In the course of a critical analysis of the examined methodologies and methods for assessing the effectiveness of organizations, including those in the tourism sector, the essence and sequence of conducting research have been delineated. The primary advantages and disadvantages of the proposed methodologies have been identified, alongside the determination of their applicability in the practical activities of organizations. In the concluding section of the study, summarizing conclusions have been articulated regarding the applicability of the reviewed evaluation methodologies within the context of tourism organizations. Moreover, the necessity for their adaptation to contemporary conditions of the external and internal environment, the trends in economic and societal development, as well as the sector-specific peculiarities of organizational functions in the market for tourism services, has been emphasized.

Keywords: effectiveness, tourism organizations, assessment methods.

Citation: Kolesov, E. V. (2025). Critical analysis of existing approaches to assessing the effectiveness of tourism organizations. In: Trade, service, food industry. Vol. 5(2). Pp. 162–178. EDN: LGXPKI



КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Эдуард Владимирович Колесов*

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены результаты изучения, обобщения и систематизации трудов зарубежных и отечественных экономистов, посвященных проблеме оценки эффективности организаций с позиций различных научно-методических подходов. Особое внимание уделено рассмотрению методик оценки эффективности туристских организаций, обладающих специфическими особенностями функционирования в современных условиях цифровой трансформации на рынке туристских услуг, что вызывает необходимость адаптации имеющихся методик и

© Siberian Federal University. All rights reserved

*Corresponding author E-mail address: ekolesov@sfu-kras.ru

методов к особенностям деятельности данных организаций для обеспечения комплексного, системного подхода к проведению исследования.

В ходе критического анализа рассмотренных методик и методов оценки эффективности организаций, в том числе туристских, определена сущность и последовательность проведения исследований, выявлены основные достоинства и недостатки предлагаемых методик и определена сфера их применения в практике деятельности организаций. В заключительной части по результатам исследования сформулированы обобщающие выводы о применимости рассмотренных методик оценки эффективности в деятельности туристских организаций и необходимости их адаптации к современным условиям внешней и внутренней среды, трендам развития экономики и общества, отраслевой специфики функционирования организаций на рынке туристских услуг.

Ключевые слова: эффективность, туристские организации, методики оценки.

Цитирование: Колесов, Э. В. Критический анализ существующих подходов к оценке эффективности туристских организаций / Э. В. Колесов // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2025. – № 5(2). – С. 162–178. – EDN: LGXPKI



Введение / Introduction. Быстро меняющаяся на рынке туристских услуг среда, требования потребителей и условия конкуренции создают необходимость постоянного совершенствования деятельности туристских организаций. Кроме того, в период неопределенности и кризисов необходимо учитывать воздействие внешних факторов, таких как пандемии или экономические изменения, на эффективность их деятельности. Учитывая современные темпы цифровизации, традиционные методы оценки эффективности могут оказаться недостаточно информативными и адаптивными. Важность повышения эффективности туристских организаций подчеркивает необходимость глубокого анализа и пересмотра существующих подходов к ее оценке, что позволит выявить их сильные и слабые стороны, а также адаптировать к новым реалиям. Такой подход не только усилит позиции организаций на рынке, но и повлияет на общую устойчивость и привлекательность рынка туристских услуг, что, в свою очередь, может способствовать развитию других смежных секторов экономики.

Материалы и методы / Materials and Methods. Основой исследования стали изучение и систематизация работ экономистов по проблемам оценки эффективности организаций, в том числе на рынке туристских услуг (с проведением их критического анализа) методами описания, анализа и синтеза, сравнения и аналогии; обобщения и группировки.

Полученные результаты и их обсуждение / Results and Discussion. На современном этапе существует множество методов и подходов к оценке экономической эффективности предприятий. Изучение и обобщение трудов ученых позволило автору систематизировать разноплановые подходы в зависимости от целей оценки, сферы применения и специфических задач организации (рис. 1). Рассмотрим каждый из выделенных автором подходов.

Наиболее распространенным является традиционный финансовый подход, который начал применяться еще в начале XX века и продолжает развиваться с учетом усовершенствования методов бухгалтерского учета. Этот подход основан на изоляции от внешних факторов и оценке экономической эффективности предприятия через расчет внутренних показателей его деятельности. Анализ состояния предприятия осуществляется на основе отчетных данных предыдущих периодов, при этом эффективность будущих периодов напрямую зависит от ранее достигнутых результатов.



Рисунок 1. Система подходов к оценке эффективности деятельности туристских организаций (составлено автором)
Figure 1. The system of approaches to assessing the effectiveness of tourism organizations (compiled by the author)

Одним из основоположников *финансового подхода* является Р. Каплан, который в своих работах акцентирует внимание на системе сбалансированных показателей (BSC) [1], что позволяет интегрировать финансовые и нефинансовые показатели и способствует более полной оценке эффективности деятельности. Однако, несмотря на свою популярность, BSC может быть ограничена в контексте долгосрочного планирования, так как акцентирует внимание на краткосрочных результатах.

Д. Нортон, продолжая идеи Каплана, предлагает расширить систему BSC, добавив к ней нематериальные активы, такие как знания и навыки персонала [2], о есть более глубоко оценить влияние человеческого капитала на финансовые результаты. Тем не менее, недостатком данного подхода является сложность в количественной оценке нематериальных активов.

В зарубежной литературе стоит упомянуть работы Т. Коупленда, который разрабатывает методы оценки стоимости на основе дисконтированных денежных потоков. [3], что позволяет учитывать временную стоимость денег, однако его применение требует значительных усилий по сбору и анализу данных.

В отечественной практике работы таких авторов, как И. В. Измалкова, Н. Н. Звягина, Г. И. Поленикова, Л. Ю. Татаренко, подчеркивают важность анализа рентабельности как ключевого показателя финансовой эффективности [4] и предлагают методику, основанную на сравнительном анализе рентабельности различных сегментов бизнеса. Однако, как показывает практика, данный подход может игнорировать влияние внешних факторов, таких как рыночные условия.

В сфере туристских услуг стоит отметить исследования С. И. Берлин, Х. Ш. Хуако, А. А. Адаменко, которые предлагают методику оценки финансовой эффективности туристских компаний на основе анализа доходности и затрат [5], акцентируя внимание на важности учета сезонности и специфики туристского рынка. Вместе с тем, данная система показателей имеет те же недостатки, что и в целом в рамках финансового подхода.

И. И. Моисеева, Д. С. Тормышев также предлагают оценивать экономическую эффективность на основе системы ключевых показателей эффективности, в которые они включают две большие группы: стратегические показатели и оперативные показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия [6]. Однако, как и в предыдущих случаях, данный подход может быть недостаточно гибким для учета изменений в рыночной среде.

В рамках финансового подхода различные варианты определения эффективности предприятия могут основываться как на единственном показателе, так и на нескольких ключевых индикаторах, либо на интегральных показателях, отражающих комплекс традиционных экономических параметров. Эти подходы различаются по глубине анализа и информативности ключевых показателей, что определяет их применение для различных целей и практических задач по оценке эффективности действующих предприятий.

К преимуществам финансового подхода можно отнести простоту вычислений, легкость внедрения и универсальность применения, а также доступность информации о методах расчета необходимых показателей и наличие обширной методической базы для анализа, что позволяет адаптировать модель к различным отраслям отечественной экономики., что не отменяет их недостатков, таких как узкая направленность, ограниченная информативность, относительная точность (данные бухгалтерской отчетности не всегда точно отражают состояние предприятия), а также упрощенность модели.

В традиционном финансовом выделяют стоимостной подход к оценке эффективности, в котором повышение эффективности связывают с увеличением

стоимости предприятия. Одним из первых авторов стоимостной модели является Д. Тобин, который в 1966 году предложил «теорию выбора портфельных инвестиций» [7] и утверждал, что при наличии альтернативных вариантов вложения средств необходимо стремиться к сбалансированию высокорисковых и малорисковых инвестиций в инвестиционном портфеле. Зарубежные экономисты, такие как Т. Коупленд, Т. Коллер и Д. Муррин, предложили более эффективные подходы к выделению факторов стоимости, основанные на расчете показателя стоимости как дисконтированного денежного потока компании [3]. Их подход более адаптирован для оценки эффективности деятельности предприятия, поскольку учитывает все доступные факторы (из внутренней и внешней среды), влияющие на результаты работы.

Развитие стоимостных моделей происходило параллельно с усовершенствованием систем управления и планирования, развитием информационных технологий, усилением конкурентной борьбы и усложнением управленческих задач. Начальный этап этого развития ассоциируется с такими значимыми моделями, как факторный анализ (модель Дюпон), коэффициент рентабельности инвестиций (ROI), коэффициент рентабельности активов (ROA), прибыль на акцию (EPS), прибыль до налогов, процентов и амортизации (EBITDA), рентабельность чистых активов (RONA), доходность капитала с учетом риска (RAROC), модель Эдвардса-Белла-Ольсона (EVO) [8]. Основной их недостаток заключается в том, что расчеты проводятся на основе данных прошлых периодов и недостаточно фокусируются на удовлетворении интересов акционеров компании.

Отечественные экономисты также занимались определением эффективности предприятий с данной точки зрения. Например, М. М. Гаджиев, Д. С. Демиденко, Я. Г. Бучаев обосновывали оценку эффективности деятельности с позиции рыночной стоимости предприятия [9]. Е. А. Яковлева анализировала экономическую эффективность нововведений на основе стоимостного подхода. Методика может складываться на принципах маржинального анализа инвестиционных мероприятий, анализа операционного риска и разработки методологии ценностно-ориентированного подхода для оценки и анализа эффективности инвестирования в НИОКР и инноваций для промышленных предприятий [10].

Таким образом, несмотря на очевидные преимущества, финансовый подход подчеркивает недостатки, которые делают необходимым использование комплексных методов оценки эффективности, учитывающих как финансовые, так и нефинансовые аспекты деятельности организаций.

В рамках исследования существующих методик оценки эффективности деятельности предприятий особое внимание следует уделить *клиентоориентированному подходу*, который акцентирует внимание на восприятии клиентами услуг, предоставляемых туристской организацией. По мнению значительного числа авторов, успешность и конкурентоспособность туристских компаний во многом зависят от уровня удовлетворенности клиентов.

Одним из пионеров клиентоориентированного подхода является Ф. Котлер, который в своих работах подчеркивает важность понимания потребительского поведения. [11]. Котлер предлагает методику сегментации рынка и анализа потребительских предпочтений, что позволяет более точно настраивать предложения под нужды клиентов, а удовлетворенность клиентов является критически важным фактором для долгосрочного успеха организаций. Однако он также отмечает, что для полноценного анализа важно учитывать временные факторы, такие как сезонность и конъюнктура, влияющие на восприятие клиентами услуги. Основным недостатком данного подхода можно назвать его зависимость от качественных данных, что может затруднить оценку [12].

В зарубежной литературе также стоит упомянуть работы Д. Г. Пайн и Дж. Х. Гилмора, где представлена концепция «экономики впечатлений», акцентирующая внимание на создании уникального клиентского опыта [13]. Высокий уровень удовлетворенности клиентов напрямую связан с вероятностью повторного выбора услуг и рекомендациями, которые могут увеличить клиентскую базу. Этот подход позволяет учитывать эмоциональные и сенсорные аспекты взаимодействия с клиентами, однако его применение требует значительных усилий по созданию и поддержанию уникальных предложений.

В сфере туристских услуг стоит отметить исследования Ц. А. Григоряна, который предлагает оценивать экономическую эффективность для предприятия в зависимости от улучшения качества услуг за фиксированный отрезок времени, что определяется путём сравнения указанного прироста с капитальными вложениями на улучшение качества, скорректированными на нормативный коэффициент эффективности этих вложений [14]. К недостаткам этого подхода отнесем сложность в стандартизации и количественной оценке эмоциональных факторов. Отдельно стоит отметить работы таких авторов, как Н. Н. Терещенко, Ю. Ю. Суслова, О. А. Яброва, В. С. Филиппова, О. Н. Есина и др. [15–18], которые уделяют особое внимание оценке качества туристских услуг в условиях цифровизации. Авторы обосновывают основные детерминанты качества, с учетом трендов развития туристской индустрии и развития цифрового формата предоставления онлайн-услуг, что позволяет использовать их при определении качественных показателей эффективности деятельности туристских организаций.

В рамках исследования существующих методик оценки эффективности деятельности предприятий серьезное внимание следует уделить *процессному подходу*, который сосредоточен на исследовании (и оптимизации) бизнес-процессов внутри организаций и их влиянии на общую эффективность организации.

Один из основоположников процессного подхода М. Хаммер подчеркивает важность реинжиниринга бизнес-процессов для повышения эффективности организаций и предлагает методику, основанную на анализе текущих процессов и их оптимизации, что позволяет значительно сократить затраты и время выполнения операций [19]. Недостаток данного подхода в его высокой зависимости от изменений организационной структуры, что может вызвать сопротивление со стороны сотрудников. Т. Д. Гриффин предлагает метод оценки эффективности процессов на основе анализа временных затрат и их влияния на общую производительность [20] (то есть учитывает временные затраты на каждом этапе процесса), но его применение требует значительных усилий по сбору данных.

В контексте российской практики Д. В. Валько, И. А. Сергеичев акцентируют внимание на важности оценки эффективности бизнес-процессов через призму их производительности и качества [21] и предлагают синтез методик, основанный на использовании ключевых показателей эффективности (KPI), что позволяет более точно измерять результаты работы. Вместе с тем, как показывает практика, данный подход может не учитывать влияние внешних факторов, таких как рыночные условия. С. Е. Елкин и О. С. Елкина разработали собственную методику оценки, основанную на сочетании методов измерения экономической добавленной прибыли (с учетом риска и неопределенности) и бизнес-процессов, которые направлены на удовлетворение потребностей клиентов и в которые вовлечены все сотрудники предприятия [22].

В сфере туристских услуг стоит отметить исследования К. К. Левченко: методика оценки эффективности базовых бизнес-процессов в сфере туризма на основе их моделирования [23] с превалированием роли и значения системного анализа в направлении такого исследования. Особое внимание автор уделяет такому методу

системного анализа, как «Шесть сигм», показывая его преимущества для реализации в туристском бизнесе, что не отменяет его ограниченности в учете нематериальных факторов и сложности поиска источников информации.

О. В. Воскресенская [24] разработала методику экспресс-анализа показателей эффективности бизнес-процессов, на основе применение коэффициентного метода их оценки для оценки эффективности управления организацией в целом. Здесь используются количественные показатели для расчета коэффициентов: сложности, процессности, контролируемости, ресурсоемкости, регулируемости бизнес-процессов, что не позволяет в полной мере оценить показатели эффективности.

В то же время И. А. Новичкова, Д. Э. Удалов, Е. Н. Подсёвалова предлагают методику оценки эффективности процессов по критериям качества их реализации, продолжительности и стоимости [25]. Сведения об эффективности и приоритетности процессов сводятся в единую матрицу, что позволяет проводить одновременный анализ всех созданных ранее матриц и рассчитать интегральный ранг для каждого процесса. Однако, как и в предыдущих случаях, данный подход может быть недостаточно гибким для учета изменений в рыночной среде.

Социально-экологический подход акцентирует внимание на воздействии деятельности туристских организаций на окружающую среду и местные сообщества, что в условиях глобального изменения климата и устойчивого развития становится особенно актуальным.

Одним из основоположников социального подхода является Э. Де Сото, который подчеркивает важность учета социальных аспектов в оценке эффективности бизнеса, акцентируя внимание на роли социальных капиталов и их влиянии на экономические результаты, и предлагает методику, основанную на анализе социальных сетей и их влиянии на предпринимательскую деятельность. Недостатком данного подхода является сложность в количественной оценке социальных факторов [26]. В зарубежной литературе стоит упомянуть работы М. Портера и М. Крамера, которые разрабатывают концепцию «совместной ценности», акцентируя внимание на создании экономической и социальной ценности одновременно [27], что позволяет учитывать социальные аспекты в бизнес-стратегиях, однако ее (концепции) применение требует значительных усилий по интеграции социальных и экономических целей.

Н. П. Братишко, Е. Н. Мельникова рассматривают экономическую эффективность предприятия с точки зрения как индикатора уровня достижимости целей, так и «оптимизации» степени использования внутренних характеристик и внешней среды для повышения результативности деятельности и формулируют методику оценки эффективности промышленного предприятия посредством системы ценностных характеристик, которые отвечают требованиям развития общества [28]. Вместе с тем, данный подход может не учитывать динамику изменений в общественном мнении.

В сфере туристских услуг стоит отметить исследования Е. И. Бережной и В. В. Бородина, которые акцентирует внимание на важности учета устойчивого развития и социальной ответственности и подчеркивают нецелесообразность раздельного определения экономических и социальных показателей [29]. Однако сложность подбора и оценки экономических и социальных показателей, а также поиска данных затрудняют использование этой методики в практике. Отдельные элементы оценки социальной и экологической эффективности встречаются в работах А. Г. Иволга и А. А. Масаловой [30], которые предлагают оценивать эффективности в сфере туризма как сумму прямого, косвенного и вынужденного эффекта. В свою очередь прямой и косвенный эффекты состоят из четырех групп показателей: экономических,

социальных, бюджетных и натуральных. При этом сложности при расчете косвенного эффекта не позволяют в полной мере использовать данную методику.

Отдельные авторы, такие как Ц. А. Григорян [14], В. А. Колодийчук, И. А. Колодийчук [31], М. А. Морозов, Н. В. Рубцова [32], включают в комплексные методики оценки эффективности группы социальных и/или экологические показатели, но либо не определяют конкретных показателей, либо рассматривают их по туристке отрасли в целом или на уровне субъектов Российской Федерации.

Таким образом, на данный момент можно отметить слабое отражение в экономической отечественной литературе методики для определения социально-экологической эффективности туристских организаций.

В рамках исследования существующих методик оценки эффективности деятельности предприятий особое внимание следует уделить *системному подходу*, который позволяет учитывать множество аспектов, что делает его особенно актуальным на динамичном и конкурентном рынке туристских услуг.

П. Друкер подчеркивает важность системного мышления в управлении, утверждая, что для успешной работы организаций необходимо видеть их как целостные системы, где все элементы взаимодействуют друг с другом [33]. Среди иностранных ученых стоит также упомянуть работы Х. Чанга, который представил концепцию системного управления, акцентируя внимание на интеграции всех процессов в организации для достижения максимальной эффективности [34].

В российской практике значительный вклад в развитие системного подхода внесли А. А. Сазонов, В. В. Колосов, Ю. А. Внучков, которые обосновывают методы оценки и анализа экономической эффективности инновационной деятельности предприятия [35] и предлагают методику повышения эффективности работы интегрированной организационно-производственной структуры предприятия на базе комплексного анализа инновационного и интеллектуального потенциала, что позволяет учитывать взаимосвязи между различными компонентами. Сложность реализации данной методики (с определением показателей по модели опциона, модели EVA, показателей рентабельности CFRO и прибыльности по модели EBO) может стать препятствием для ее широкого применения [35].

В сфере розничной торговли значительный вклад внесли в реализацию системного подхода такие отечественные авторы, как Н. Н. Терещенко, О. Н. Есина, А. С. Ильина [36], Л. Н. Трофимова [37], Ю. Ю. Суслова, А. В. Волошин, Ю. Л. Александров, С. К. Демченко, О. В. Веремеенко и др. [38–41], проводившие оценку эффективности по нескольким направлениям деятельности предприятия розничной торговли с применением синтеза нескольких подходов. Это, по мнению автора, будет оптимальным подходом, обеспечивающим глубину и полноту исследования.

В сфере туристских услуг стоит отметить исследования В. В. Селиванова [42] и К. К. Левченко [23], которые предлагают системный подход к управлению эффективностью туристских организаций, акцентируя внимание на взаимодействии всех заинтересованных сторон. Эффективность деятельности организаций туристского бизнеса в условиях формирования рынка туристских услуг (и его насыщения) в разрезе и в совокупности указанных выше свойств должна раскрываться через критерии и показатели, специфичные для каждой турорганизации. Основным недостатком этого подхода является ограниченность в учете внешних факторов, таких как экономическая ситуация и конкурентная среда. Также следует отметить работы Н. А. Безруковой [43], которая предлагает использовать для повышения эффективности деятельности предприятий туристской отрасли принципы бережливого производства, однако конкретные показатели эффективности деятельности в ее методике не определены.

Одним из самых современных при оценке эффективности деятельности является *субъектный подход*, который обеспечивает проведение исследования по направлениям взаимодействия туристских организаций с основными субъектами рынка, что позволяет более глубоко понять факторы, влияющие на нее.

Важным исследованием в этой области является работа Ф. Котлера, который рассматривает эффективность с точки зрения маркетинга и потребительского поведения, предлагая модели оценки, основанные на анализе уровней удовлетворенности клиентов и их влияния на финансовые результаты предприятия [11]. Достоинством данного подхода является фокус на потребительских предпочтениях, в то время как недостатком – сложность количественной оценки отдельных факторов.

В отечественной науке значительный вклад в развитие субъектного подхода внесли А. А. Киртянова, Е. А. Иванова, Е. О. Ким, Д. А. Ирхин, которые предложили методику оценки эффективности на основе анализа взаимодействия крупного бизнеса и различных субъектов рынка [44]. Научные разработки Е. М. Кобозевой и Н. С. Маркина [45] позволяют учитывать не только показатели производительности, но и аспекты внутренней мотивации, что можно назвать достоинством метода. Вместе с тем для выявленных факторов нет четко проработанной системы показателей оценки. Значимые результаты получены в исследовании Н. А. Козловой, которая рассматривает эффективность туристских компаний с точки зрения отношения клиентов и уровня их вовлеченности в услуги [46] с оценкой обратной связи от клиентов и их лояльности. Тем не менее, этот подход может быть ограничен временными рамками исследования, что усложняет дальнейший анализ. Другие авторы, такие как Н. Е. Аксакова, развивают методику оценки эффективности стейкхолдеров, включая внешние и внутренние интересы в контексте стратегического управления [47], и связывают эффективность с балансом интересов и ресурсов, однако этот подход требует более глубокой структуризации для практического применения.

В работах Н. Н. Терещенко, О. Н. Есиной, А. С. Ильиной [36], О. В. Веремеенко [39] субъектный подход рассмотрен с точки зрения оценки эффективности деятельности торговых предприятий: с выделением системы показателей при оценке эффективности взаимодействия с партнерами производственно-сбытовой сферы деятельности и потребителями при оценке эффективности внутренней среды предприятия. Следует отметить, что для деятельности туристских организаций необходимо адаптировать систему показателей с учетом отраслевой специфики.

Проведенный анализ рассмотренных методик оценки эффективности в рамках субъектного подхода демонстрирует наличие ряда разнообразных подходов. Вместе с тем выявлена недостаточность комплексной методологии, учитывающей не только количественные, но и качественные аспекты взаимодействия субъектов, подчеркивает необходимость разработки более интегративного подхода.

Каждый из рассмотренных подходов к оценке эффективности туристских организаций имеет свои преимущества и недостатки. Выбор того или иного подхода зависит от конкретных целей и задач организации, а также от особенностей рынка, на котором она функционирует. Кроме того, в условиях цифровой трансформации экономики и общества важным становится вопрос влияния современных информационно-коммуникационных и цифровых технологий на деятельность туристских организаций. Данную проблематику затрагивали в своих трудах Н. В. Биттер, Л. Б. Нюренбергер, Н. Е. Петренко, В. А. Быкова [48], отмечая высокую эффективность использования в индустрии туризма и гостеприимства цифровизации, предоставляющей инновационный инструмент конкурентоспособности.

И. Г. Головцова, В. И. Брежнев [49], Н. С. Григорьева [50] и И. Ю. Севрюков [51] выявляют и систематизируют межотраслевые проблемы цифровой трансформации; обобщают предпосылки развития туризма и гостеприимства как отрасли цифровой экономики. Авторы делают вывод, что влияние цифровой трансформации выражается в использовании наиболее перспективных цифровых технологий, внедряемых в практику туристского и гостиничного бизнеса. Это несет в себе как благо (будучи закономерным результатом поступательного развития общества), так и ряд трудностей, имеющих принципиальное и неоднозначное влияние на эволюционные процессы. В свете цифровизации интеграция всех этих подходов с учетом прогрессивных технологий, таких как большие данные и искусственный интеллект, становится стратегически необходимой. Цифровизация позволяет проводить более глубокий анализ потребительских предпочтений, прогнозировать изменения в спросе и адаптировать предложения, повышая общую полезность туристских услуг для клиентов и их оценку со стороны организаций.

Таким образом, эффективная оценка туристских организаций должна базироваться на комплексном подходе, сочетающем различные методологии и учитывающем интересы всех участников процесса, что позволит не только повысить оперативные результаты организаций, но и предложить привлекательные и качественные услуги для потребителей в условиях постоянно меняющейся среды.

Выводы и дискуссионные вопросы / Conclusions. Эффективность деятельности различных субъектов на протяжении исторического периода рассматриваются многими учеными на основе применения разных научно-методических подходов и инструментов. Необходимость дальнейших исследований по оценке эффективности туристских организаций обусловлена несколькими аспектами.

1. Существующая методологическая база является фрагментарной, неполной и отражает преимущественно отдельные стороны деятельности туристских организаций.

2. Не учитывается специфика деятельности туристских организаций при взаимодействии с участниками рынка, оценки проводятся в обобщенном виде без учета влияния различных заинтересованных сторон, цифровой трансформации экономики.

3. Требуется оптимальный набор методических инструментов, обеспечивающих практическую доступность и учет ключевых аспектов туристских услуг в контексте бизнес-процессов внутри туристских организаций в современных условиях цифровой трансформации.

4. Социальная эффективность оценивается в первую очередь через показатели качества обслуживания, которые не в полной мере отражают оценку потребителей, такие как лояльность клиентов, коммуникационное взаимодействие, согласованность ассортимента и ценообразования и другие аспекты.

5. Недостаточно используются различные научно-методические подходы, что не обеспечивает комплексного понимания концепции исследования.

В контексте туристских организаций важно устранить эти проблемы для разработки комплексной и эффективной системы оценки, которая учитывает специфику туристской отрасли и интересы ее заинтересованных сторон.

Таким образом, возникает необходимость разработки комплексной методики оценки эффективности туристских организаций в условиях цифровой трансформации, основанной на синтезе научно-методических подходов.

Библиографический список

1. Kaplan, R. S. The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance [Text] / R. S. Kaplan, D. P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – Pp. 71–79.

2. Norton, D. P. The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies [Text] / D. P. Norton, R. S. Kaplan. – Boston : Harvard Business School Press, 2001. – 400 p.
3. Коупленд, Т. Стоимость компаний. Оценка и управление [Текст] / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – Москва : Олимп-Бизнес, 2012. – 250 с.
4. Анализ и оценка эффективности деятельности как ключевой фактор обеспечения устойчивого экономического положения субъектов хозяйствования в современных условиях [Текст] / И. В. Измалкова, Н. Н. Звягина, Г. И. Поленникова, Л. Ю. Татаренко // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 10-2. – С. 181–187.
5. Берлин, С. И. Методика определения эффективности деятельности предприятий туристского комплекса [Текст] / С. И. Берлин, Х. Ш. Хуако, А. А. Адаменко // Естественно-гуманитарные исследования. – 2015. – № 10. – С. 25–33.
6. Моисеева, И. И. Методические аспекты оценки эффективности деятельности предприятия [Текст] / И. И. Моисеева, Д. С. Тормышев // Социально-экономические явления и процессы. – 2018. – Т. 13, № 104. – С. 198–206.
7. Тобин, Дж. Денежная политика и экономический рост [Текст] / Дж. Тобин. – Москва : Книжный дом «Либроком», 2010. – 240 с.
8. Gitman, L. J. Principles of financial Management [Text] / L. J. Gitman. – Boston : Addison Wesley Publishers, 2000. – 704 p.
9. Гаджиев, М. М. Оценка эффективности предприятия на основе новых подходов [Текст] / М. М. Гаджиев, Д. С. Демиденко, Я. Г. Бучаев // Вопросы структуризации экономики. – 2013. – № 3. – С. 16–20.
10. Яковлева, Е. А. Анализ экономической эффективности нововведений на основе стоимостного подхода [Текст] / Е. А. Яковлева // Креативная экономика. – 2015. – № 9(11). – С. 1385–1396.
11. Kotler, P. Marketing Management [Text] / P. Kotler, K. L. Keller. – London : Pearson Education, 2016. – 692 p.
12. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – Москва : Вильямс, 2018. – 796 с.
13. Pine, J. The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage [Text] / J. Pine, J. H. Gilmore. – Boston : Harvard Business School Press, 1999. – 272 p.
14. Григорян, Ц. А. Модель формирования эффективности деятельности туристской организации [Текст] / Ц. А. Григорян // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 40(2). – С. 89–94.
15. Сулова, Ю. Ю. Современные подходы к классификации и оценке услуг, влияющих на параметры качества жизни [Текст] / Ю. Ю. Сулова, Л. И. Подачина // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4(44). – С. 347–351.
16. Качество туристских услуг в условиях цифровизации [Текст] / Н. Н. Терещенко, О. А. Яброва, Е. В. Шешегова, В. С. Филиппова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 2. – С. 399–412.
17. Рынок туризма в мире и в России: современное состояние и перспективы развития [Текст] / О. А. Яброва, Т. Н. Сафронова, Д. Д. Шитова, М. А. Ханеева / Наука Красноярья. – 2023. – Т. 12, № 3. – С. 26–43.
18. Тенденции и особенности развития туризма в Красноярском крае [Текст] / О. А. Яброва, Т. Н. Сафронова, Е. О. Никулина, Е. В. Шешегова / Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 11(124). – С. 883–889.
19. Hammer, M. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution [Text] / M. Hammer, J. Champy. – New York : Harper Collins, 1993. – 223 p.

20. Griffin, T. D. Process Management: Creating Value Along the Supply Chain [Text] / T. D. Griffin, 2002.
21. Валько, Д. В. К вопросу о методике оценки эффективности бизнес-процессов компании [Текст] / Д. В. Валько, И. А. Сергеичева // Управление в современных системах. – 2014. – № 4. – С. 37–41.
22. Елкин, С. Е. Особенности применения стоимостного подхода к оценке экономической эффективности [Текст] / С. Е. Елкин, О. С. Елкина // Теоретическая экономика. – 2018. – №1. – С. 107–114.
23. Левченко, К. К. Методы анализа эффективности бизнес-процессов в туристской деятельности [Текст] / К. К. Левченко // Интерактивная наука. – 2023. – № 4(80). – С. 86–89.
24. Воскресенская, О. В. Показатели эффективности бизнес-процессов и их оценка [Текст] / О. В. Воскресенская // E-Scio. – 2023. – № 4(79). – С. 460–470.
25. Новичкова, И. А. Оценка эффективности бизнес-процессов туристского предприятия [Текст] / И. А. Новичкова, Д. Э. Удалов, Е. Н. Подсевалова // Экономика Профессия Бизнес. – 2024. – № 2. – С. 70–81.
26. De Soto, He. The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else [Text] / He. De Soto. New York : Basic Books, 2000. – 288 p.
27. Porter, M. E. Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth [Text] / M. E. Porter, M. R. Kramer // Harvard Business Review. – 2011. – No 89(1-2). – Pp. 62–77.
28. Братишко, Н. П. Основные подходы к определению эффективности деятельности организации [Текст] / Н. П. Братишко, Е. Н. Мельникова // Вестник Университета мировых цивилизаций. – 2020. – Т. 11, № 3(28). – С. 67–73.
29. Бережнова, Е. И. Социальный и экономический эффекты в туризме: проблемы синтеза и анализа [Текст] / Е. И. Бережнова, В. В. Бородин // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 35. – С. 50–53.
30. Иволга, А. Г. Оценка эффективности деятельности туристских организаций в России [Текст] / А. Г. Иволга, А. А. Масалова // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма: сб. статей X Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 13–15 апреля 2022 года. – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2022. – С. 75–84.
31. Колодийчук, В. А. Социально-экономические аспекты категории эффективности [Электронный ресурс] / В. А. Колодийчук, И. А. Колодийчук // Universum: экономика и юриспруденция. – 2015. – № 2. – URL: <https://7universum.com/ru/economy/archive/item/1900> (дата обращения: 15.02.2025).
32. Морозов, М. А. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности: современные подходы к исследованию [Электронный ресурс] / М. А. Морозов, Н. В. Рубцова // Baikal Research Journal. – 2016. – Т. 7, № 2. – URL: <https://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=20676> (дата обращения: 15.02.2025).
33. Друкер, П. Практика менеджмента [Текст] / П. Друкер. – Москва : Вильямс, 2007. – 400 с.
34. Chang, H. Systematic Management: A New Approach to Business Efficiency [Text] / H. Chang, 2015.
35. Сазонов, А. А. Методы оценки и анализа экономической эффективности инновационной деятельности предприятия [Текст] / А. А. Сазонов, В. В. Колосова, Ю. А. Внучков // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2018. – № 2. – С. 180–187.
36. Терещенко, Н. Н. Эффективность деятельности предприятия торговли: монография [Текст] / Н. Н. Терещенко, О. Н. Есина, А. С. Ильина. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2022. – 220 с.

37. Трофимова, Л. Н. Системная экономическая диагностика эффективности деятельности организаций розничной торговли (теоретико-методический аспект): монография [Текст] / Л. Н. Трофимова. – Новосибирск : НГУЭУ «НИНХ», 2016. – 217 с.

38. Веремеенко, О. С. Концептуальные подходы к формированию механизма повышения эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами [Текст] / О. С. Веремеенко, Ю. Ю. Суслова, А. В. Волошин // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 3(116). – С. 631–636.

39. Веремеенко, О. С. Методика оценки эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами [Текст] / О. С. Веремеенко // Экономика XXI века: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., посвященной году науки и технологий в РФ, 10 декабря 2021 г./ под. ред. О.А. Чистяковой. – Новосибирск, 2021. – С. 89–93.

40. Направления совершенствования механизма эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: трансформация традиционной бизнес-модели в цифровую [Текст] / О. С. Веремеенко, Ю. Ю. Суслова, А. В. Волошин [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2(139). – С. 372–377.

41. Веремеенко, О. С. Научно-методические подходы к разработке механизма повышения эффективности услуг розничной торговли [Текст] / О. С. Веремеенко // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность ответственность бизнеса: сб. материалов IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, 08–10 декабря 2022 г. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2023. – С. 60–62.

42. Селиванов, В. В. Анализ экономической эффективности предприятий сферы туризма и гостеприимства крымской туристской дестинации [Текст] / В. В. Селиванов, М. В. Плешакова, А. Л. Крюкова // Региональная экономика. Юг России. – 2024. – Т. 12, № 3. – С. 179–187.

43. Безрукова, Н. А. Повышение эффективности деятельности предприятий туристской отрасли на основе применения принципов бережливого производства [Текст] / Н. А. Безрукова, Ю. Н. Жулькова // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации: сб. статей по материалам XI Международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 17 апреля 2024 года. – Нижний Новгород : Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, 2024. – С. 112–114.

44. Эффективность российских корпораций: взгляд со стороны различных субъектов [Текст] / А. А. Киртянова, Е. А. Иванова, Е. О. Ким, Д. А. Ирхин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2022. – № 4(462). – С. 215–225.

45. Кобозева, Е. М. Эффективность менеджмента как один из критериев оценки эффективности деятельности компании [Текст] / Е. М. Кобозева, Н. С. Маркин // Будущее науки – 2022: сб. науч. статей 10-й Международной молодежной науч. конф. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 251–255.

46. Козлова, Н. А. Повышение эффективности деятельности туристского предприятия на маркетинговой основе [Текст] / Н. А. Козлова // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 104-6. – С. 55–57.

47. Аксакова, Н. Е. Современная оценка эффективности деятельности бизнеса [Текст] / Н. Е. Аксакова // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 3-8. – С. 73–76.

48. Сфера услуг туризма и гостеприимства: новые возможности в контексте цифровой трансформации [Текст] / Н. В. Биттер, Л. Б. Нюренбергер, Н. Е. Петренко,

В. А. Быкова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – № 5. – С. 2443–2458.

49. Головцова, И. Г. Стратегический вектор управления организацией в условиях цифровой трансформации экономики [Текст] / И. Г. Головцова, В. И. Брежнев // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – № 4. – С. 23–30.

50. Григорьева, Н. С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики [Текст] / Н. С. Григорьева // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2019. – № 2. – С. 47–52.

51. Севрюков, И. Ю. Цифровая трансформация сферы туризма и гостеприимства: потенциал, тренды, региональный аспект [Текст] / И. Ю. Севрюков // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15, № 3. – С. 1739–1758.

References

1. Kaplan, R. S., Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. Harvard Business Review, 71–79.

2. Norton, D. P., Kaplan, R. S. (2001). The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies. Thrive in the New Business Environment. Boston: Harvard Business School Press, 400.

3. Copeland, T., Koller, T., Murrin, J. (2012). The cost of companies. Assessment and management. Moscow: Olymp-Business, 250.

4. Izmalkova, I. V., Zvyagina, N. N., Polennikova, G. I., Tatarenko, L. Yu. (2023). Analysis and evaluation of performance as a key factor in ensuring a stable economic situation of business entities in modern conditions. Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law, No. 10-2, 181–187.

5. Berlin, S. I., Huako, H. Sh., Adamenko, A. A. (2015). Methodology for determining the effectiveness of enterprises of the tourist complex. Natural sciences and humanities research, 10, 25–33.

6. Moiseeva, I. I., Tormyshev, D. S. (2018). Methodological aspects of evaluating the effectiveness of an enterprise. Socio-economic phenomena and processes, Vol. 13, No 104, 198–206.

7. Tobin, J. (2010). Monetary policy and economic growth. Translated from English. Moscow: Librocom Book House, 240.

8. Gitman, L. J. (2000). Principles of financial Management. Boston: Addison Wesley Publishers, 704.

9. Gadzhiev, M. M., Demidenko, D. S., Buchaev, Ya. G. (2013). Evaluation of enterprise efficiency based on new approaches. Issues of economic structuring, 3, 16–20.

10. Yakovleva, E. A. (2015). Analysis of the economic effectiveness of innovations based on the cost approach. Creative Economics, 9(11), 1385–1396.

11. Kotler, P. Keller, K. L. (2016). Marketing Management. London: Pearson education, 692.

12. Kotler, F., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (2018). Fundamentals of Marketing. Moscow: Williams, 796.

13. Pine, J., Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press, 272.

14. Grigoryan, Ts. A. (2022). Model of formation of efficiency of activity of the tourist organization. Natural sciences and humanities research, 40(2), 89–94.

15. Suslova, Ju. Ju., Podachina, L. I. (2012). Modern approaches to the classification and evaluation of services affecting the quality of life. Problems of modern economics, 4(44), 347–351.

16. Tereshchenko, N. N., Yabrova, O. A., Sheshegova, E. V., Filippova, V. S. (2024). The quality of tourist services in the context of digitalization. *Economics, entrepreneurship and law*, Vol. 14, No. 2, 399–412.
17. Yabrova, O. A., Safronova, T. N., Shitova, D. D., Khaneeva, M. A. (2023). The tourism market in the world and in Russia: current state and prospects of development. *Science of Krasnoyarsk region*, Vol. 12, No. 3, 26–43.
18. Yabrova, O. A., Safronova, T. N., Nikulina, E. O., Sheshegova, E. V. (2020). Trends and features of tourism development in the Krasnoyarsk Territory. *Economics and entrepreneurship*, 11(124), 883–889.
19. Hammer, M., Champy, J. (1993). *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. New York: Harper Collins, 223.
20. Griffin, T. D. (2002). *Process Management: Creating Value Along the Supply Chain*.
21. Valko, D. V., Sergeicheva, I. A. (2014). On the issue of methodology for evaluating the effectiveness of a company's business processes. *Management in modern systems*, 4, 37–41.
22. Elkin, S. E., Elkina, O. S. (2018). Features of the cost-based approach to assessing economic efficiency. *Theoretical economics*, 1, 107–114.
23. Levchenko, K. K. (2023). Methods of analyzing the effectiveness of business processes in tourism activities. *Interactive science*, 4(80), 86–89.
24. Voskresenskaya, O. V. 2023. Business process efficiency indicators and their assessment. *E-Scio*, 4(79), 460–470.
25. Novichkova, I. A., Udalov, D. E., Podsevalova, E. H. (2024). Assessment of the effectiveness of business processes of a tourist enterprise. *Economics Profession Business*, 2, 70–81.
26. De Soto, He. (2000). *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. New York: Basic Books, 288.
27. Porter, M. E. Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62–77.
28. Bratishko, N. P., Melnikova, E. N. (2020). Basic approaches to determining the effectiveness of an organization. *Bulletin of the University of World Civilizations*, Vol. 11, No. 3(28), 67–73.
29. Berezhnova, E. I., Borodin, V. V. (2010). Social and economic effects in tourism: problems of synthesis and analysis. *Economic analysis: theory and practice*, 35, 50–53.
30. Ivolga, A. G., Masalova, A. A. (2022). Evaluation of the effectiveness of tourism organizations in Russia. *Innovative aspects of service and tourism development: Collection of articles of the X International Scientific and Practical Conference*, Stavropol, April 13–15, 2022. Stavropol: SEQUOIA, 75–84.
31. Kolodiychuk, V. A., Kolodiychuk, I. A. (2015). Socio-economic aspects of the efficiency category. *Universum: economics and jurisprudence*, 2. [Electronic source] URL: <https://7universum.com/ru/economy/archive/item/1900> (Date of access: 15.02.2025).
32. Morozov, M. A., Rubtsova, N. V. (2016). Socio-economic efficiency of tourism activities: modern research approaches. *Baikal Research Journal*, Vol. 7, No. 2. [Electronic source] URL: <https://brj-bgupe.ru/reader/article.aspx?id=20676> (Date of access: 15.02.2025).
33. Drucker, P. (2007). *The practice of management*. Moscow: Williams, 400.
34. Chang, H. (2015). *Systematic Management: A New Approach to Business Efficiency*.

35. Sazonov, A. A., Kolosova, V. V., Vnuchkov, Yu. A. (2018). Methods of assessment and analysis of economic efficiency of innovative activity of the enterprise. *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Economics*, 2, 180–187.
36. Tereshchenko, N. N., Esina, O. N., Ilyina, A. S. (2022). Efficiency of the trade enterprise: a monograph. Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 220.
37. Trofimova, L. N. (2016). Systematic economic diagnostics of the effectiveness of retail trade organizations (theoretical and methodological aspect): monograph. Novosibirsk: NSUEI "NINH", 217.
38. Veremeenko, O. S., Suslova, Ju. Ju., Voloshin, A. V. (2020). Conceptual approaches to the formation of a mechanism for improving the efficiency of food retail services. *Economics and entrepreneurship*, 3(116), 631–636.
39. Veremeenko, O. S. (2021). Methodology for evaluating the effectiveness of retail food trade services. *Economics of the XXI century: Collection of materials of the International Scientific and Practical Conference dedicated to the Year of Science and Technology in the Russian Federation*, December 10, 2021. Novosibirsk, 89–93.
40. Veremeenko, O. S., Suslova, Ju. Ju., Voloshin, A. V., Sartene, O. T., Alexandrov, Yu. L., Demchenko, S. K. (2022). Directions of improvement of the mechanism of efficiency of retail trade services in the food market: transformation of the traditional business model into a digital one. *Economics and entrepreneurship*, 2(139), 372–377.
41. Veremeenko, O. S. (2023). Scientific and methodological approaches to the development of a mechanism for improving the efficiency of retail trade services. *Regional consumer goods markets: quality, environmental friendliness, business responsibility: Collection of materials of the IV All-Russian Scientific and Practical conferences with international with participation*, December 08–10, 2022. Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 60–62.
42. Selivanov, V. V., Pleshakova, M. V., Kryukova, A. L. (2024). Analysis of the economic efficiency of tourism and hospitality enterprises in the Crimean tourist destination. *Regional economy. The South of Russia*, Vol. 12, No. 3, 179–187.
43. Bezrukova, N. A., Zhulkova, Yu. N. (2024). Improving the efficiency of tourism industry enterprises based on the application of lean manufacturing principles. *Tourism and service industry: status, problems, efficiency, innovations: Collection of articles based on the materials of the XI International Scientific and Practical Conference*, Nizhny Novgorod, April 17, 2024. Nizhny Novgorod: Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, 112–114.
44. Kirtyanova, A. A., Ivanova, E. A., Kim, E. O., Irkhin, D. A. (2022). Efficiency of Russian corporations: a view from various subjects. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 4(462), 215–225.
45. Kobozeva, E. M., Markin, N. S. (2022). Management effectiveness as one of the criteria for evaluating the effectiveness of a company's activities. *The future of Science – 2022: Collection of scientific papers. articles of the 10th International Youth Scientific Conference*. Kursk: Southwestern State University, 251–255.
46. Kozlova, N. A. (2023). Improving the efficiency of a tourism enterprise on a marketing basis. *Trends in the development of science and education*, 104-6, 55–57.
47. Aksakova, N. E. (2016). Modern assessment of business efficiency. *Modern trends in the development of science and technology*, 3-8, 73–76.
48. Bitter, N. V., Nyrenberger, L. B., Petrenko, N.E., Bykova, V.A. (2024). The sphere of tourism and hospitality services: new opportunities in the context of digital transformation. *Economics, Entrepreneurship and Law*, 5, 2443–2458.

49. Golovtsova, I. G., Brezhnev, V. I. (2023). Strategic vector of organization management in the context of digital transformation of the economy. Economics and management: problems, solutions, 4, 23–30.

50. Grigorieva, N. S. (2019). Problems and prospects of development of the tourism sector in the digital economy. Intellectual resources for regional development, 2, 47–52.

51. Sevryukov, I. Y. (2025). Digital transformation of tourism and hospitality: potential, trends, regional aspect. Economics, entrepreneurship and Law, Vol. 15, No. 3, 1739–1758.

Сведения об авторах:

Колесов Эдуард Владимирович – соискатель, старший преподаватель кафедры торгового дела и маркетинга, Сибирский федеральный университет
e-mail: ekolesov@sfu-kras.ru

Information about the authors:

Kolesov Eduard Vladimirovich – Applicant, Senior Lecturer of the Department of Trade and Marketing, Siberian Federal University
e-mail: ekolesov@sfu-kras.ru