

Научная статья

<https://doi.org/10.21202/2782-2923.2025.4.826-855>

УДК / UDC 338.48:379.85:332.1(470.319)

JEL: L83, Q26, R1, R58

М. С. Шмарков¹

¹ Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, г. Орел, Россия

Методический подход к исследованию состояния регионального рынка туристских услуг

Шмарков Михаил Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела факультета технологий, предпринимательства и сервиса, Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева
E-mail: turexpert888@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1120-5338>
Web of Science Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/F-3399-2017>
eLIBRARY SPIN-код: 9561-2662

Аннотация

Цель: разработка и апробация методики исследования состояния регионального рынка туристских услуг (РПТУ), а также ее применение для выявления и анализа проблем развития РПТУ в Орловской области.

Методы: исследование основано на системном подходе. Использован комплекс общенаучных и общелогических методов (анализ, синтез, сравнение, обобщение, классификация, систематизация), а также статистический анализ. Методика предполагает сбор и сопоставление данных из официальных источников (ФНС, Росстат, ЕМИСС, отраслевые реестры Минэкономразвития России) и аналитических цифровых сервисов («Яндекс.Вордстат»).

Результаты: проанализированы подходы к исследованию состояния региональных рынков туристских услуг в России, источники и системы используемых показателей. Обоснована необходимость учета специфики формирования регионального рынка туристских услуг в современных условиях функционирования, системного использования более широкого спектра источников и системы показателей при анализе его состояния для выработки решений по формированию и развитию. Разработана авторская методика исследования состояния регионального рынка туристских услуг, определена схема процесса исследования, детализирующая его процедуру по содержанию и источникам информации. Методика использована для выявления проблем функционирования регионального рынка туристских услуг Орловской области.

Научная новизна: разработаны авторская методика и схема исследования состояния РПТУ, отличающиеся комплексным учетом современной структуры рынка, состава его участников и их цифровой активности. В отличие от существующих подходов методика интегрирует анализ данных из государственных и коммерческих цифровых ресурсов и напрямую увязывает диагностику состояния с выявлением конкретных проблем функционирования.

Практическая значимость: выделенные проблемные поля и конкретные проблемы функционирования РПТУ Орловской области предоставляют органам исполнительной власти и бизнес-сообществу объективную основу для выработки адресных решений и механизмов регулирования, направленных на активизацию туризма и рост экономики региона. Методика может быть применена для анализа других региональных рынков.

Ключевые слова:

региональная и отраслевая экономика, туризм, региональный рынок туристских услуг, трансформация рынка туристских услуг, туристские интернет-ресурсы, методика исследования состояния рынка туристских услуг

Благодарности

Выражаю благодарность рецензентам за детальное рассмотрение рукописи статьи и конструктивный характер полезных рекомендаций, выполнение которых повысило качество материала.

Статья находится в открытом доступе в соответствии с Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), предусматривающем некоммерческое использование, распространение и воспроизводство на любом носителе при условии упоминания оригинала статьи.

© Шмарков М. С., 2025

Как цитировать статью: Шмарков, М. С. (2025). Методический подход к исследованию состояния регионального рынка туристских услуг. *Russian Journal of Economics and Law*, 19(4), 826–855. <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2025.4.826-855>

Scientific article

M. S. Shmarkov¹

¹ Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russia

Methodological approach to researching the state of a regional market of tourist services

Mikhail S. Shmarkov, Cand. Sci. (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel Business, Faculty of Technologies, Entrepreneurship and Service, Orel State University named after I. S. Turgenev
E-mail: turexpert888@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1120-5338>
Web of Science Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/F-3399-2017>
eLIBRARY SPIN-code: 9561-2662

Abstract

Objective: to develop and test a methodology for studying the state of the regional market of tourism services (RMTS); to apply the methodology to identify and analyze the problems of RMTS development in Orel oblast.

Methods: the research is based on a systematic approach. The author used a set of general scientific and general logical methods (analysis, synthesis, comparison, generalization, classification, systematization), as well as statistical analysis. The methodology involves the collection and comparison of data from official sources (Federal Tax Service, Rosstat, UIISS, sector registers of the Russian Ministry of Economic Development), and analytical digital services (Yandex.Wordstat).

Results: the author analyzed the approaches to studying the state of regional markets of tourist services in Russia, sources and systems of indicators used. The study substantiates the need to take into account the specifics of the RMTS formation under the modern conditions; to systematically use a wider range of sources and a system of indicators when analyzing its state to make decisions on formation and development. The author developed a methodology for studying the state of the regional market of tourist services, defined the research design, and detailed its content and sources of information. The methodology helped to identify the problems of RMTS functioning in Orel oblast.

Scientific novelty: the author developed a methodology and design for studying the state of RMTS, which comprehensively reflects the modern market structure, the composition of its participants and their digital activity. Unlike existing approaches, the methodology integrates the analysis of data from government and commercial digital resources and directly links the diagnosis with the identification of specific functioning problems.

Practical significance: the identified problem areas and specific problems of the RMTS in Orel oblast provide the executive authorities and the business community with an objective basis for developing targeted solutions and regulatory mechanisms aimed at boosting tourism and economic growth in the region. The methodology can be applied to analyze other regional markets.

Keywords:

regional and sectoral economy, tourism, regional market of tourist services, transformation of the tourist services market, Internet resources in tourism, methodology for researching the state of the tourist services market

Acknowledgements

The author would like to thank the reviewers for a detailed review of the manuscript and the constructive and useful recommendations, which improved the quality of the material.

The article is in Open Access in compliance with Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), stipulating non-commercial use, distribution and reproduction on any media, on condition of mentioning the article original.

For citation: Shmarkov, M. S. (2025). Methodological approach to researching the state of a regional market of tourist services. *Russian Journal of Economics and Law*, 19(4), 826–855. (In Russ.). <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2025.4.826-855>

Введение

Современные преобразования в социально-экономическом пространстве влекут новые приоритеты развития, в числе которых обозначена задача активизации въездного и внутреннего туризма¹. Регионы России обладают значительным потенциалом и уникальными ресурсами (Королева, Марциневская, 2018; Шабалина и др., 2021; Оборин, 2020а; Аксенова и др., 2020; Павлова, 2022; Оборин, 2020б; Строева и др., 2021; Зырянов и др., 2017; Федюлин и др., 2023; Миненкова и др., 2021; Цветков, 2023; Забураева, Шаипова, 2025; Шмарков и др., 2024), и важно не только развивать известные центры туризма, но использовать туристский потенциал всех субъектов России для экономического подъема регионов (Карлов, Богатырев, 2020).

Туризм выступает мощным катализатором роста: он стимулирует развитие производства, строительства, сервиса и инфраструктуры, создает новые рабочие места и способствует социальному развитию (Robina-Ramírez et al., 2023) в целом, развитию множества отраслей, формируя мультипликативный эффект в региональной экономике (Леонидова, 2022; Pjanić, 2019). Эмпирические исследования подтверждают его значимость как драйвера долгосрочного экономического роста и развития человеческого потенциала (Su et al., 2021; Zhang, 2017; Бобко и др., 2025; Ковалева, Щебарова, 2022), включая влияние не только локальных ресурсов, но и спроса из соседних регионов (Primayesa et al., 2023); «туризм играет важную роль в содействии долгосрочному экономическому росту и ускорении развития человеческого потенциала» (Tan et al., 2025). Однако, несмотря на очевидные преимущества, развитие туристических рынков сталкивается с системными барьерами: наследие административного подхода подавляет частную инициативу, препятствуя формированию устойчивых туристских кластеров (Кошечев и др., 2018), а отсутствие координации между уровнями управления снижает эффективность инвестиций и институциональных решений² (Предводителева и др., 2023; Sharma et al., 2024; Aguinis et al., 2023).

В ответ на эти вызовы государством определен стратегический вектор: Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.³ (далее – Стратегия) и реализуемый в ее рамках национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»⁴ закрепили приоритет развития региональных рынков туристских услуг (далее – РРТУ) как ключевого механизма достижения национальных целей (Семеркова и др., 2019; Пшеничных, 2021; Леонидова, 2022). Однако, как показывают исследования, не все регионы обладают достаточной готовностью к приему туристов⁵. В связи с этим особую значимость приобретают вопросы:

- конкурентоспособности региональных туристских услуг (Песочная, Селютина, 2021; Фролова, Рогач, 2023);
- формирования отраслевой экосистемы (Гамидуллаева, Финогеев, 2023);
- создания и развития моногородов туризма (Плисецкий и др., 2022);

¹ Заседание Президиума Госсовета по вопросам развития туризма. (2022, 6 сентября). Президент России. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/69291>

² В Правительстве состоялись встречи, посвященные вопросам развития туризма в регионах и реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». (2023, 23 марта). Международный туристический форум «Путешествуй!». https://rustravelforum.com/media/news/v-pravitelstve-sostoyalis-vstrechi-posvyashchennye-voprosam-razvitiya-turizma-v-regionakh-i-realizats/?sphrase_id=9455&ysclid=mdu07xphgo276787683

³ Правительство России. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>

⁴ Министерство экономического развития Российской Федерации. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». https://www.economy.gov.ru/material/file/da6490a6b838998e49df2556be17aaff/NP_Turizm_i_industriya_gostepriimstva.

⁵ См., например, Внутренний туризм в России: как развивать отрасль в новых условиях. (2025). ПМЭФ. https://forumspb.com/news/news/vnutrennij-turizm-v-rossii-kak-razvivat-otrasl-v-novyh-usloviyah/?ysclid=mdu6aik8h1794151162&utm_referrer=https%3A%2F%2Fya.ru

- выстраивания межрегиональных взаимодействий при продвижении и реализации туристских услуг (Ермакова, Полякова, 2024);
- обеспечения региональной доступности для развития туризма (Морошкина, Кондратьева, 2021) и множество других.

Инициативы по преодолению этих барьеров все чаще генерируются не из центра, а из бизнес-среды⁶: множественные гостиничные предприятия (далее – ГП), туроператоры (далее – ТО), транспортные и ИТ-компании, экскурсионные службы (Шпырня, Коренева, 2019; Нюренбергер и др., 2022; Карпова и др., 2024) формируют основу туристической индустрии⁷ (Ермакова, Полякова, 2024; Mizrahi & Gretzel, 2020). Именно субъекты рынка – предприниматели, операторы, сервисные компании – становятся реальными агентами трансформации (Морозов, Морозова, 2021; Kato, 2025; Lei et al., 2024), адаптируя туристские продукты к новым условиям цифровизации (Богомазова, Климова, 2022; Макринова и др., 2020; Шмарков и др., 2021), меняющимся предпочтениям потребителей и ограничениям инфраструктуры (Гущина, Витальева, 2024; Овчаренко, Лебезова, 2021).

Таким образом, переход от стратегических деклараций к практическому развитию РРТУ требует не просто реализации проектов, а глубокого понимания, как бизнес-субъекты, действуя в условиях неравномерной инфраструктурной готовности и нестабильной регуляторной среды, формируют реальную доступность туристских услуг, что именно мешает им это делать эффективно. В задаче активизации внутреннего и въездного туризма главенствующим вопросом является доступность, соответственно, формирование и реализация туристских услуг в регионах.

В условиях интенсивной трансформации туристической среды и ускоряющейся цифровизации формирование объективного представления о состоянии региональных рынков туристских услуг остается сложной научной и практической задачей. Это обусловлено не только значительными различиями между регионами, но и системным дефицитом достоверных, комплексных и оперативных данных как о поведении потребителей, так и о деятельности субъектов рынка, включая турагентства, гостиницы, ИТ-платформы и операторов туристических информационных систем. Недостаточность информации ограничивает возможности анализа, прогнозирования и управления развитием отрасли (Александрова, 2017).

Еще более тревожным является тот факт, что даже базовые статистические показатели в регионах зачастую не анализируются в полном объеме или интерпретируются вне контекста. Например, при оценке состояния туризма в Орловской области используются маргинальные индикаторы: количество объектов культуры, прогноз среднемесячной заработной платы, число индивидуальных предпринимателей и физических лиц⁸. Эти данные, хотя и косвенно связаны с экономической средой, не отражают ни масштаба туристического потока, ни эффективности бизнеса, ни качества предлагаемых услуг, ни динамики развития рынка. В результате в официальных документах отсутствует целостное представление о реальном состоянии регионального рынка туристских услуг.

Кроме того, большинство региональных стратегий по-прежнему сосредоточены преимущественно на развитии инфраструктуры (строительстве гостиниц, реконструкции достопримечательностей, создании парковых зон) и не выделяют туризм в качестве самостоятельного экономического сектора⁹. Программы развития туризма редко оформляются как отдельные, с механизмами мониторинга и ответственностью за результат. Сформированная туристская индустрия не рассматривается как ключевой механизм экономического роста, способный генерировать доходы, рабочие места и мультипликативный эффект.

Между тем внутренний туризм сегодня провозглашен государством как один из основных драйверов социально-экономического развития регионов. При этом устанавливаются конкретные количественные

⁶ См., например: Агентство стратегических инициатив создает условия для развития предпринимательских инициатив и продвижения прорывных проектов в сфере туризма. Агентство стратегических инициатив. <https://asi.ru/leaders/initiatives/tourism/>

⁷ См., например: Туристический рынок России в 2025 году: состояние, тренды, перспективы. МИТТ. <https://mitt.ru/ru/media/news/2025/june/30/turisticheskij-rynok-rossii-v-2025-godu-sostoyanie-trendy-perspektivy/>

⁸ См., например: Постановление Правительства Орловской области № 716 от 23.12.2019. (2020). Электронный фонд правовых нормативно-технических документов. <https://docs.cntd.ru/document/561657046>

⁹ Там же.

ориентиры¹⁰: рост числа туристов, увеличение сроков пребывания, рост расходов. Регионам предлагается поддержка в реализации этих задач в рамках национального проекта «Развитие туризма»^{11, 12}. Однако без объективной диагностики текущего состояния рынка и понимания системных барьеров его развития любые инициативы рискуют стать формальными.

Следовательно, разработка эффективных стратегий требует не только оценки туристского потенциала региона (Шмарков, 2024), но и детального исследования фактического состояния рынка туристских услуг: кто и какие услуги предлагает, как они воспринимаются потребителями, где возникают дисбалансы, какие факторы тормозят развитие. Только на основе такого анализа можно принимать обоснованные управленческие решения, направленные на преодоление проблем и раскрытие потенциала.

В этой связи цель настоящего исследования – разработка методики комплексного анализа состояния регионального рынка туристских услуг и ее применение для выявления и оценки ключевых проблем развития туристской отрасли в Орловской области.

В первой части работы представлены результаты обзора методических подходов к исследованию сферы туризма и региональных рынков туристских услуг, обоснована необходимость разработки методики исследования состояния регионального рынка туристских услуг, наиболее полно учитывающей его современную структуру, состав участников и трансформацию в условиях цифрового развития. Во второй части представлена авторская методика исследования состояния регионального рынка туристских услуг. В третьей части представлены практические результаты исследования состояния регионального рынка туристских услуг Орловской области по разработанной методике, выделены проблемные поля функционирования, обозначены приоритетные задачи преобразования. В завершающем разделе представлены выводы, обозначена практическая значимость исследования, направления его продолжения.

Подходы к исследованию состояния региональных рынков туристских услуг

Исследование регионального рынка туристских услуг требует не просто анализа данных, а осознанного методологического выбора: какие показатели отражают реальную динамику рынка, какие источники информации позволяют избежать искажений и как отделить рынок туристских услуг от таких смежных понятий, как «туризм», «сфера туризма» и др. Ключевая проблема заключается в том, что рынок – это система взаимодействия спроса и предложения, и его состояние невозможно оценить без одновременного анализа того, кто предлагает услуги (субъекты рынка), что потребляется (объем, структура, поведение туристов), как формируется доходность и доступность.

Однако на практике исследование сталкивается с рядом системных барьеров, таких как:

- многоотраслевая наполненность и трудность расчета показателей затрудняют расчет оценки вклада туристской индустрии в региональную экономику (Шабанова и др., 2022);
- несовершенство системы региональной статистики туризма (Максанова, Дамбуева, 2016);
- проблема учета туристских расходов в регионах (Вахрамеева и др., 2016);
- недостаточность данных (Зевеке и др., 2019) вынуждает исследователей прибегать к экспертным оценкам и др.

Эти ограничения делают необходимым не просто использование существующих показателей, а их критический отбор и комбинирование с альтернативными источниками (административными данными (ФНС, ЕГРЮЛ), цифровыми следами (поисковые запросы, отзывы, мобильная геолокация), профильными реестрами (туроператоры, средства размещения)).

Таким образом, адекватное исследование состояния РРТУ возможно только при условии перехода от описательного анализа к комплексному, многоуровневому подходу, основанному на сопоставлении официальной статистики, данных бизнеса и поведенческих индикаторов потребителей.

¹⁰ См., например: В российской стратегии развития туризма до 2035 г. обновилась цели. (2022, 11 февраля). Ассоциация туроператоров. <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58708.html?ysclid=mdu98aecgd178020828>

¹¹ См., например: Постановление Правительства РФ № 2439 от 24.12.2021. (2022). Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. <https://docs.cntd.ru/document/727709328>

¹² См., например: Правительство расширило меры поддержки регионов в рамках государственной программы «Развитие туризма». (2024, 24 декабря). Правительство России. <http://government.ru/news/53821/>

Обратимся к практике научных исследований в сфере туризма: большинство работ сосредоточены не на анализе рынка туристских услуг как целостной экономической системы, а на изучении отдельных аспектов развития сферы туризма, таких как туристский потенциал, инфраструктурная готовность, организационные модели или конкурентоспособность регионов. Хотя эти факторы имеют значение, они не позволяют оценить сам рынок, т. е. совокупность взаимодействий между предложением и спросом, формирование цен, динамику доходов и поведение субъектов. В результате в научной литературе наблюдается отсутствие единой методологии: одни авторы используют показатели инфраструктуры, другие – объемы доходов туроператоров, третьи – туристские запросы в Интернете. Как следствие, сравнение результатов становится затруднительным, а выводы невозможно сопоставить. В приложении приведены показатели, применяемые в различных исследованиях для оценки состояния сферы туризма и рынка туристских услуг в российских регионах, их неоднородность подтверждает отсутствие общепринятого подхода к диагностике регионального рынка и свидетельствует о необходимости разработки системной методики, способной обеспечить объективную и сопоставимую оценку его состояния. Эти показатели отражают наиболее часто используемые в исследованиях индикаторы, однако перечень их не являются исчерпывающим, что обусловлено широким спектром применяемых показателей и существующими разногласиями в их методологическом понимании. Как показывает анализ литературы (см. Прил. 1), одни авторы учитывают только лиц, размещенных в классифицированных средствах размещения (далее – КСР), другие включают самозанятых и неформальные услуги, третьи используют число культурных объектов или запросы в Интернете. Эти нюансы интерпретации и детализации напрямую определяют методологические различия в подходах и делают результаты исследований не сопоставимыми без стандартизации.

Так, Т. В. Миролюбова, А. И. Зырянов, С. Э. Мышлянцева, Р. С. Николаев, Е. Н. Ворончихина и А. В. Фирсова при исследовании состояния туризма в Пермском крае использовали наиболее обширную систему показателей, при этом выделив базовый сегмент (деятельность средств размещения, туроператоров и турагентств, по бронированию услуг) и дополнительный (деятельность по предоставлению транспортных услуг, общественного питания, страхования, в сфере культуры и других) (Миролюбова и др., 2023). А исследователи А. А. Дочкина, В. Н. Градусова в сравнительном анализе развития туризма в регионах Приволжского федерального округа ограничились рассмотрением относительных показателей: числа гостей региона, воспользовавшихся услугами гостиниц и других коллективных средств размещения, отнесенного к численности населения региона и удельного веса населения региона, воспользовавшегося услугами региональных турагентств в организации поездок (Дочкина, Градусова, 2025).

В зарубежной практике чаще всего в исследованиях используются следующие показатели: индекс интенсивности туризма (как отношение количества номеров в отелях к количеству домохозяйств) (Kato, 2025); доходы от внутреннего и международного туризма (Zhang, 2017); доходы и расходы правительства, инвестиции в туристскую индустрию (Singh & Alam, 2024) и др.

Современные методики исследования региональных рынков туристских услуг, разработанные отечественными учеными, в подавляющем большинстве случаев также сосредоточены на анализе отдельных компонентов туристической системы, а не на целостной диагностике самого рынка как экономической структуры. Так, ряд исследований ориентирован на оценку туристского потенциала территории (Киреева, Павленко, 2021; Большаков, Михальченкова, 2019), в частности концепции соответствия «результатов оценки балансу интересов акторов туристской деятельности» (Мякшин и др., 2021); развития гостиничных услуг на региональном рынке (Шнорр, 2023); туристской инфраструктуры региона (Величкина, 2014; Степанова, Шулепов, 2018);

Параллельно ведутся исследования спросовой составляющей рынка, в частности на анализе привлекательности региональных туристских продуктов и значимости составляющих их элементов для потребителей (Сизенева, 2018); объема туристского потока (Кислова, Казунина, 2015); «экспертного мнения представителей туристского бизнеса относительно функционирования региональных туристско-информационных центров» (Карпова и др., 2017); «уровня цифровизации предложения предприятий туристской индустрии и степени охвата по видам туристских услуг» (Ходаковская, 2023) и др.

В некоторых работах рассматриваются особенности применения общественно-графических методов исследования региональных рынков туристских услуг (на предмет особенностей их применения) (Гладкий, 2019).

Методики исследования состояния непосредственно регионального рынка туристских услуг встречаются в научной литературе реже и основываются на рассмотрении вариаций, представленных в Приложении

к статье показателей и типовых алгоритмов расчета экономических показателей, используемых при исследовании макро- и национальных рынков, что не позволяет сформировать целостное представление о ситуации в регионе; используются показатели, характеризующие лишь некоторые сферы туристской деятельности, при этом отмечается, что «в последние годы количество факторов, оказывающих влияние на развитие регионального рынка туристских услуг, заметно возросло» (Курносова, 2015). Отметим, что число таких факторов по мере трансформации рынка туристских услуг в условиях цифрового развития с 2015 г. по настоящее время возросло еще больше. Очевидна необходимость учета цифровых факторов (Ходаковская, 2024; Gozgor et al., 2024) и мониторинга потребностей субъектов рынка (Арефьев и др., 2022).

Аспекты функционирования региональных рынков туристских услуг зачастую рассматриваются в привязке к конкретным, хотя и весьма важным обстоятельствам и проблемам: смене экономической ситуации, условий функционирования, барьеров становления рынка туристских услуг в регионах (Ситкевич, 2024), кадрового обеспечения туристской индустрии (Романцова, Доценко, 2022), упорядочения отношений групп субъектов крупного, малого и среднего бизнеса в периоды экономических кризисов и адаптации управления бизнес-структурами (Оборин, 2023) и множеству других, а не как результат состояния. Соответственно, выводы фокусируются на устранении барьеров, а не на трансформации самого рынка как структуры, способной совершенствоваться и развиваться, адаптироваться к новым условиям функционирования.

Исследование состояния рынка туристских услуг зачастую завершается описанием рыночной ситуации и не влечет выделения комплекса проблем (формирования, регулирования и других), решений по их преодолению. Результаты обзора и собственный многолетний опыт организации туристской деятельности указывают на целесообразность разработки комплексного подхода к исследованию состояния регионального рынка туристских услуг и выделения проблем его развития.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что систематический отбор и интеграция ключевых источников информации и показателей, отражающих структуру, состав участников и динамику трансформации регионального рынка туристских услуг в условиях цифрового развития, позволят сформировать целостную, объективную и воспроизводимую модель его текущего состояния, выявить системные проблемы развития и тем самым обосновать основу для эффективного регулирования, направленного на повышение экономической устойчивости региона.

Материалы и методы

Цифровая трансформация экономических систем обусловила формирование масштабных, структурированных баз данных и реестров, содержащих объективные сведения о деятельности субъектов рынка туристских услуг. Открытый доступ к этим источникам создает предпосылки для многоуровневого, доказательного анализа как отдельных сегментов туристической индустрии, так и целостного состояния регионального рынка туристских услуг в условиях цифровой экономики.

В качестве основных источников информации использованы официальные государственные реестры и открытые данные: Федеральная налоговая служба РФ (далее – ФНС); Национальная система аккредитации (далее – НСА); Федеральная служба государственной статистики (далее – ФСГС) и другие, а также аналитические платформы коммерческого сектора: «Яндекс.Вордстат», TravelLine – TL: Dashboard и др.

В России разработаны и реализуются практико-ориентированные проекты по анализу туристского рынка на основе больших данных, разработанные крупными цифровыми платформами, включая инициативы Сбербанка¹⁵ (например, аналитика по данным сервисов «СберТуризм», SberDevices) и ПАО «МТС»¹⁴ (геоаналитика мобильного трафика). Эти проекты демонстрируют потенциал использования альтернативных источников данных, таких как поведенческие треки пользователей, история поисковых запросов, данные о перемещениях и бронированиях, для мониторинга туристической активности в реальном времени. Включение подобных данных, генерируемых аналитическими агентствами и цифровыми сервисами, в научное исследование позволяет обогатить картину состояния регионального рынка туристских услуг за счет ин-

¹⁵ См., например: Туризм. СберИндекс. <https://sberindex.ru/ru?partition=9>

¹⁴ См., например: Аналитика МТС Travel: в 2023 году внутренний турпоток вырос на 10 % (2024, 22 января). МТС – Москва и Московская область. <https://moskva.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-rossii-i-mire/2024-01-22/analitika-mts-travel-v-2023-godu-vnutrennij-turpotok-vyros-na-10>

дикаторов спроса, которые не фиксируются традиционной статистикой: интерес к конкретным направлениям, сезонные колебания интереса, структура потребительских предпочтений, динамика формирования туристических решений.

Приоритетным считаем использование в исследовании официальных статистических данных, представленных на сайтах ФСГС¹⁵ и ФНС¹⁶, в федеральных реестрах и системах:

- в Едином государственном реестре юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ)/индивидуальных предпринимателей (далее – ЕГРИП)¹⁷;
- Федеральной и территориальных службах государственной статистики (далее – ФСГС и ТО ФСГС);
- Единой межведомственной информационно-статистической системе (далее – ЕМИСС);
- *BI*-системе (*BI Portal*);
- Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (ЕРСМиСП);
- сервисе «Проверка статуса налогоплательщика на профессиональный доход (самозанятого)»;
- Государственном информационном ресурсе бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Информация, полученная из перечисленных источников составляет основной материал настоящего исследования. Использование этих данных обеспечивает многоуровневую, межисточниковую валидацию результатов, позволяет преодолеть ограничения традиционной статистики и обеспечивает эмпирическую основу для построения интегрированной модели состояния регионального рынка туристских услуг.

Результаты исследования

Настоящее исследование основано на авторской методике анализа состояния и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг (рис. 1), которая направлена на преодоление ключевых ограничений существующих подходов, в частности, фрагментарности данных и отсутствия комплексной оценки рынка как системы взаимодействия спроса и предложения. Методика базируется на синтезе данных официальной статистики и цифровых следов экономической активности, полученных из федеральных реестров и аналитических платформ (табл. 1). Основой эмпирического анализа стали данные, содержащиеся в следующих источниках:

- Единый федеральный реестр туроператоров (далее – ЕФРТ) Министерства экономического развития РФ¹⁸;
- Единый федеральный реестр турагентов, субагентов (далее – ЕФРТС) Министерства экономического развития РФ¹⁹;
- Реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков (далее – РЭиГП) Министерства экономического развития РФ²⁰;
- Реестр горнолыжных трасс (далее – РГТ) Федеральной службы по аккредитации (ранее Министерства экономического развития РФ)²¹;
- Реестр пляжей (далее – РП) Федеральной службы по аккредитации²²;
- Реестр классифицированных объектов: гостиницы и иные средства размещения (далее – РКО ГиИСР) Национальной системы классификации²³;

¹⁵ Росстат – Туризм. Федеральная служба государственной статистики. <https://rosstat.gov.ru/folder/182831>

¹⁶ ФНС России. Федеральная налоговая служба. <https://www.nalog.gov.ru/rn57/>

¹⁷ Проверь себя и контрагента. Прозрачный бизнес. <https://pb.nalog.ru/>

¹⁸ Поиск по Единому федеральному реестру туроператоров. Министерство экономического развития Российской Федерации. https://ev.economy.gov.ru/lk_exp/registry/

¹⁹ Единый федеральный реестр турагентов, субагентов. Министерство экономического развития Российской Федерации. <https://tourism.gov.ru/agents/>

²⁰ Реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков. Министерство экономического развития Российской Федерации. https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/reestry_turizm/reestr_ekskurovodov_i_gidov_perevodchikov/

²¹ Реестр горнолыжных трасс. Федеральная служба по аккредитации. <https://tourism.gov.ru/reestry/reestr-plyazhey/> <https://tourism.fsa.gov.ru/ru/resorts/showcase/ski-slopes>

²² Реестр пляжей. Федеральная служба по аккредитации. <https://tourism.fsa.gov.ru/ru/resorts/showcase/beaches>

²³ Единый реестр объектов классификации в сфере туристской индустрии. Национальная система аккредитации. <https://tourism.fsa.gov.ru/ru/resorts/showcase/hotels>

– Единый реестр объектов классификации в сфере туристской индустрии (далее – ЕРОКвСТИ) Национальной системы классификации, содержащий сведения о гостиницах и иных средствах размещения, горнолыжных трассах и пляжах²⁴, а также сведения о ЭКГ-рейтингах²⁵ и информации из банков данных, сформированных в регионах, которые в совокупности составляют материалы исследования.

Предложенные к использованию показатели позволяют оценить уровень развития отдельных сегментов регионального рынка туристских услуг и характеризуются взаимодополняемостью, что обеспечивает более полное и многомерное представление о его состоянии.

Так, при анализе сведений о начислении и поступлении налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности наблюдаем, что сведения об отчислениях предприятий сфер гостеприимства и общественного питания как элементов туристской индустрии, а следовательно и регионального рынка туристских услуг, представлены в виде суммарного значения (в соответствии с разделом I Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (редакция 2) (далее – ОКВЭД-2), куда входят только эти два вида деятельности), а результаты отчислений в бюджет, произведенных туроператорами, экскурсоводами и другими субъектами, осуществляющими туристскую деятельность, представлены как суммарное значение вместе с остальными пятью классами, входящими в раздел N ОКВЭД-2, что приводит к потере информационной детализации: невозможно выделить вклад именно туристических организаций в общий объем налоговых поступлений, что затрудняет оценку их экономического значения и динамики развития. В этой связи следует обратиться к иным источникам, например, к Государственному информационному ресурсу бухгалтерской (финансовой) отчетности, где публикуются отчетные материалы юридических лиц. Аналогичного разрешения требует проверка статуса самозанятого, коими могут являться экскурсоводы, осуществляющие деятельность на рынке туристских услуг самостоятельно. Комбинирование агрегированных государственных данных с источниками микроуровня является необходимым условием формирования объективной картины функционирования регионального рынка туристских услуг и выявления скрытых проблем его развития.

Учитывая, что значительная часть потребителей туристских услуг регионального рынка проживают за его пределами, эффективное продвижение и реализация туристических продуктов невозможны без использования цифровых каналов коммуникации. В современных условиях именно интернет-платформы становятся ключевым инструментом выхода на целевую аудиторию и формирования спроса.

Анализ практики функционирования субъектов рынка показывает, что использование собственных веб-сайтов или агрегаторов доказало свою эффективность в повышении видимости и доступности туристических предложений. При этом наличие сайта для гостиниц носит факультативный характер, тогда как в соответствии с Федеральным законом № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – ФЗ-132) туроператоры обязаны обеспечивать публичный доступ к информации о реализуемых туристических продуктах через информационные системы, включая сайты в сети Интернет. Это делает цифровое присутствие не просто маркетинговым преимуществом, но обязательным элементом легальной деятельности.

Одновременно наблюдается изменение поведения потребителей: поиск информации о туристических услугах все чаще осуществляется в цифровой среде, что обуславливает растущую актуальность анализа состояния онлайн-пространства как компонента рыночной инфраструктуры. Исследование цифрового следа пользователей позволяет выявить реальный интерес к региону, оценить сезонность спроса и пространственную концентрацию запросов. Современные цифровые ресурсы позволяют собирать сведения об активности и интересах потребителей при поиске информации в сети Интернет, например, сервис компании «Яндекс.Вордстат» позволяет получить сведения о числе поисковых запросов, об их вариациях и о локациях, с которых они поступают (их сопоставление с данными официальной статистики полезно для получения информации о конверсии продаж), изучить интерес туристов к посещению региона, скоординировать маркетинговые стратегии.

²⁴ Единый реестр объектов классификации в сфере туристской индустрии. Средства размещения. Национальная система аккредитации. <https://tourism.fsa.gov.ru/ru/resorts/showcase/hotels?regionIdList=57&hotelTypeList=20&hotelTypeList=30&hotelTypeList=107>

²⁵ ЭКГ-рейтинг ответственного бизнеса. ЭКГ. <https://экг-рейтинг.рф/>

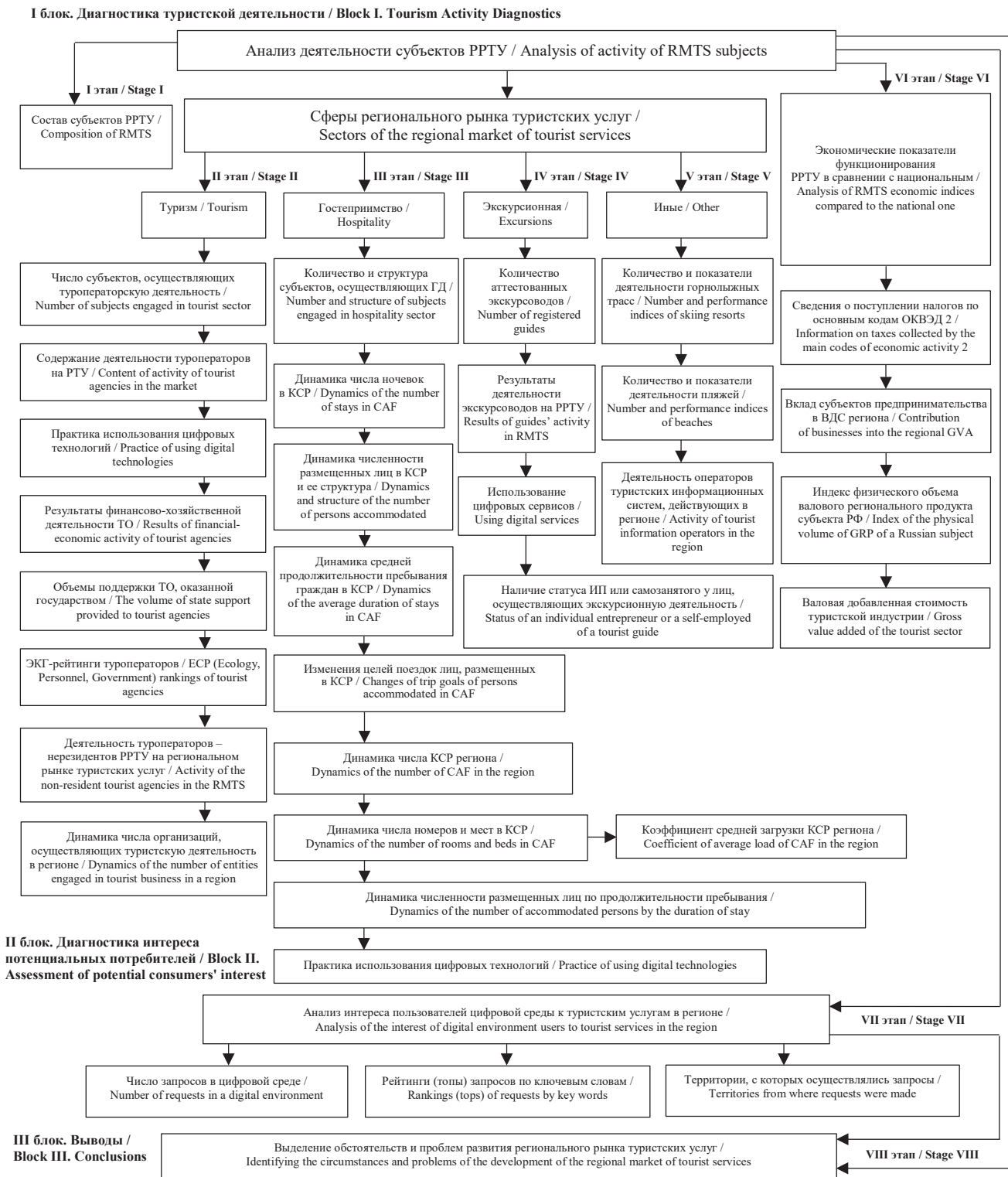


Рис. 1. Методика исследования состояния и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг

Примечание: РПТУ – региональный рынок туристских услуг, КСР – коллективное средство размещения, ВДС – валовая добавленная стоимость.

Fig. 1. Methodology for researching and identifying the problems of the regional market of tourist services development

Note: RMTS – regional market of tourist services, DAC – collective accommodation facility, GVA – gross value added.

Показатели, используемые в научной литературе при анализе состояния сферы туризма в российских регионах
Table 2. Indicators used in the scientific literature to analyze the state of tourism in Russian regions

Источник информации / Source	Показатели / Indicators
Федеральная служба государственной статистики / Federal Service of State Statistics	<ul style="list-style-type: none"> - Число ночевков в коллективных средствах размещения; - численность граждан Российской Федерации, размещенных в КСР; - численность иностранных граждан, размещенных в КСР; - число КСР; - число номеров в КСР; - число мест в КСР; - число КСР Орловской области; - валовая добавленная стоимость туристской индустрии; - валовая добавленная стоимость туристской индустрии экономики субъекта Российской Федерации / - number of overnight stays in collective accommodation facilities; - number of Russian citizens accommodated in CAF; - number of foreigners accommodated in CAF; - number of CAF; - number of rooms in CAF; - number of beds in CAF; - number of CAF in Orel oblast; - gross added value of the tourism sector; - gross added value of the tourism sector in the economy of the Russian subject
Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики региона / Territorial body of Federal Service of State Statistics of a region	<ul style="list-style-type: none"> - Численность размещенных лиц по целям поездок в КСР; - численность размещенных граждан России по продолжительности пребывания в регионе; - вклад субъектов предпринимательства в ВДС региона; - индекс физического объема валового регионального продукта в регионе / - number of persons accommodated in CAF by the trip goals; - number of Russian citizens accommodated by length of stay in the region; - contribution of business entities to the region's GVA; - index of the physical volume of the gross regional product in the region
Федеральная налоговая служба / Federal Tax Service	<ul style="list-style-type: none"> - Сведения о юридических и физических лицах – резидентах Орловской области, являющихся субъектами туристской индустрии; - сведения о начислении и поступлении налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности; - статус налогоплательщика налога на профессиональный доход (самозанятого) / - information about legal entities and individuals – residents of Orel oblast, engaged in the tourism industry; - information on the accrual and receipt of taxes, fees and insurance premiums to the Russian budget for the main types of economic activity; - status of a tax payer on professional income (self-employed)
Единая межведомственная информационно-статистическая система / Unified Interdepartmental Information-statistics System	<ul style="list-style-type: none"> - Число турфирм; - туристский поток (по числу туристских поездок); - число ночевков в коллективных средствах размещения; - численность граждан Российской Федерации, размещенных в КСР; - численность иностранных граждан, размещенных в КСР; - число номеров в КСР; - число мест в КСР; - число КСР / - number of travel agencies; - tourist flow (by the number of tourist trips); - number of overnight stays in collective accommodation facilities; - number of the Russian citizens accommodated in CAF; - number of foreigners accommodated in CAF; - number of rooms in CAF; - number of beds in CAF; - number of CAF
BI-системы (BI Portal) / BI-systems (BI Portal)	<ul style="list-style-type: none"> - Средняя продолжительность пребывания граждан в КСР / - average duration of staying in CAF
Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности / State information resource for accounting (financial) reporting	<ul style="list-style-type: none"> - Бухгалтерская отчетность юридических лиц (далее – ЮЛ), осуществляющих туроператорскую деятельность / - bookkeeping reporting of legal persons engaged in tourism operation

Окончание табл. 1 / End of Table 1

Источник информации / Source	Показатели / Indicators
Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки / Unified register of small and medium enterprises receiving support	– Сведения о суммах поддержки, оказанной туроператорам / – information on support provided to tourist agencies
«Яндекс Вордстат», «Яндекс Радар» / Yandex Wordstart, Yandex Radar	– Популярность поисковых систем в РФ; – число и варианты поисковых запросов / – popularity of search engines in the Russian Federation; – number and variants of search requests

Предложенные показатели позволяют получить характеристику конъюнктуры регионального рынка туристских услуг, выявить особенности и согласованность функционирования туристской индустрии, сформулировать выводы об объективных проблемах его развития. При выборе показателей мы руководствовались принципами доступности, верифицируемости и релевантности, обеспечивающими воспроизводимость и научную надежность результатов. При этом учтены различия и практика формирования региональных рынков туристских услуг (регионы с развитой сферой туризма имеют собственные источники сбора информации о состоянии спроса на туризм в регионе: сайты региональных туристских порталов, цифровые проекты субъектов бизнеса и т. п., а депрессивным регионам такая работа только предстоит). Считаем, что включение метрик цифровой активности, таких как охват аудитории, продолжительность сессии, глубина просмотра, конверсия, в систему мониторинга позволит повысить качество анализа и обеспечить более точную оценку маркетинговой эффективности. Исключение любого из предложенных показателей снижает полноту и достоверность диагностики, поскольку каждый из них отражает определенный аспект функционирования рынка и играет роль в формировании целостной картины его состояния.

Предложенная методика дифференцирована на три блока.

Первый блок включает шесть этапов, цель которых – формирование представления об общем состоянии сфер туристской индустрии и о совокупных результатах деятельности субъектов (рис. 2).

На первом этапе осуществляется сбор сведений о субъектах, осуществляющих туристскую деятельность на региональном рынке туризма; при этом считаем важным сопоставить сведения, содержащиеся в профильных реестрах, с данными ФНС. Идентификация количества субъектов, осуществляющих туристскую деятельность в регионе, необходима для изучения характера их вовлеченности в туристскую деятельность, роли и значимости в формировании регионального рынка туристских услуг. Полученные сведения послужат базой исследования сфер туристской индустрии региона.

Ядром системы показателей являются показатели развития сфер туризма, гостеприимства, оказания экскурсионных услуг и иных объектов, относящихся к туристским (пляжей, горнолыжных трасс, тематических индексов цитирования (ТИЦ) и т. п.), что согласуется с областями деятельности, регулируемые ФЗ-132²⁶.

На втором этапе исследуется деятельность туроператорских организаций и ее результаты; сверяются сведения, содержащиеся в ЕФРТ с фактической деятельностью субъектов (резидентов регионального рынка туристских услуг); ее содержание по нишам туризма; уровень цифрового развития; результаты; а также деятельность нерезидентов регионального рынка туристских услуг на его территории; динамика числа турфирм. Результаты исследования позволят определить состояние организованного туризма, его баланс с самостоятельным; установить соотношение организаций, генерирующих туристский поток в регион и наоборот; сопоставить результаты их хозяйственной деятельности и определить уровень интеграции в цифровую экономику.

На третьем этапе исследуются результаты деятельности предприятий сферы гостеприимства; собираются и анализируются данные о составе и структуре средств размещения; о результатах их деятельности по приему

²⁶ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. № 132-ФЗ от 24.11.1996 (последняя редакция). (1996). КонсультантПлюс. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

размещенных лиц и о целях их поездок; анализируется динамика показателей развития сферы гостеприимства; изучается практика использования цифровых сервисов и уровень интеграции в цифровую экономику. Результаты исследования позволяют выявить мотивы посещения региона самостоятельных и организованных туристов; анализ сведений о продолжительности их пребывания в регионе сформирует представление о структуре туристского потока. Средняя загрузка характеризует эффективность функционирования КСР.

На четвертом этапе анализируются практика и результаты деятельности экскурсоводов на региональном рынке туристских услуг (их предложения и используемые каналы продвижения оказываемых услуг); верифицируется правомерность осуществления экскурсионной деятельности.

На пятом этапе идентифицируются субъекты регионального рынка туристских услуг, использующие в своей деятельности пляжи и горнолыжные трассы, осуществляется сверка с информацией, представленной в профильных реестрах, верифицируется правомерность и изучается практика их использования.

На шестом этапе анализируются общеэкономические показатели, характеризующих состояние регионального рынка туристских услуг и сравниваются с национальными.

Второй блок предполагает реализацию седьмого этапа и анализ интереса потребителей к посещению региона и использованию его инфраструктуры в туристских целях. Важно выявить число тематических запросов, поступающих от интересантов, уточнить их содержание и вариации, определить локации, с которых они поступают, источники и средства запросов (мобильный телефон, планшет, персональный компьютер).

Третий блок подразумевает реализацию восьмого этапа, где осмысливаются, сопоставляются и обобщаются полученные результаты исследования, аргументируются и формулируются выявленные проблемы на каждом этапе первого и второго блоков исследования.

В качестве составляющей авторской методики разработана схема процесса исследования состояния и выявления проблем развития регионального рынка туристских услуг (рис. 2), в которой определены ключевые этапы, установлена последовательность и указаны источники информации, используемые на каждом этапе.

Результаты апробации методики исследования

Апробация разработанной авторской методики проведена на примере Орловской области в 2025 г. (Шмарков, 2025. С. 26–99). Исследование реализовано в соответствии с предложенной последовательностью анализа, что позволило системно выявить ключевые проблемы функционирования регионального рынка туристских услуг (РРТУ) через сопоставление данных о предложении, спросе и экономических эффектах. Ниже представлены ключевые результаты в соответствии с последовательностью исследования (для определения соответствующих выводов).

I этап: *Анализ состава субъектов РРТУ*. Выявлено значительное расхождение между количеством организаций, заявивших туристскую деятельность по кодам ОКВЭД 2 (класс 79), и числом субъектов, включенных в федеральные реестры. Так, в ЕФРТС зафиксировано 89 субъектов, тогда как в ЕГРЮЛ и ЕГРИП только 46 юридических и 43 физических лица указали эту деятельность как основную. Дополнительно ее заявляют 175 юридических лиц, а 249 компаний выбрали ее как второстепенную. При этом туроператорскую деятельность официально осуществляют лишь девять юридических лиц, что соответствует данным ЕФРТ. Полученные данные свидетельствуют о высоком интересе предпринимателей к туристической сфере, однако фактическая активность ограничена. Большинство компаний не используют свой потенциал для формирования туристского продукта, воспринимая рынок скорее как резервный или дополнительный. Это указывает на низкую мотивацию к ведению полноценной туристской деятельности, даже при наличии правового статуса.

II этап: *Исследование состояния и тенденций развития сферы туризма региона РРТУ*. Из девяти туроператоров, зарегистрированных в регионе, только один (ООО «Тур») целенаправленно формирует въездной поток в Орловскую область. Компания специализируется на активном туризме (походы, сплавы, велотуры) и использует государственную поддержку для развития инфраструктуры (например, кемпинг «Байдарочный порт»). Остальные туроператоры сосредоточены на организации выездного туризма, направляя туристов за пределы региона.

Ключевые недостатки цифровой зрелости туроператоров (ни один из туроператоров не использует системы автоматизированного бронирования (*PMS, GDS*); лишь один (ООО «Меридиан») применяет модуль поиска и бронирования; большинство ограничивается витринами на сайтах или социальными сетями (преимущественно «ВКонтакте»); национальные дистрибьюторские сети (например, *Level.Travel, Travelata*) включают в свои каталоги ограниченный перечень предложений от местных операторов) показывают, что региональные

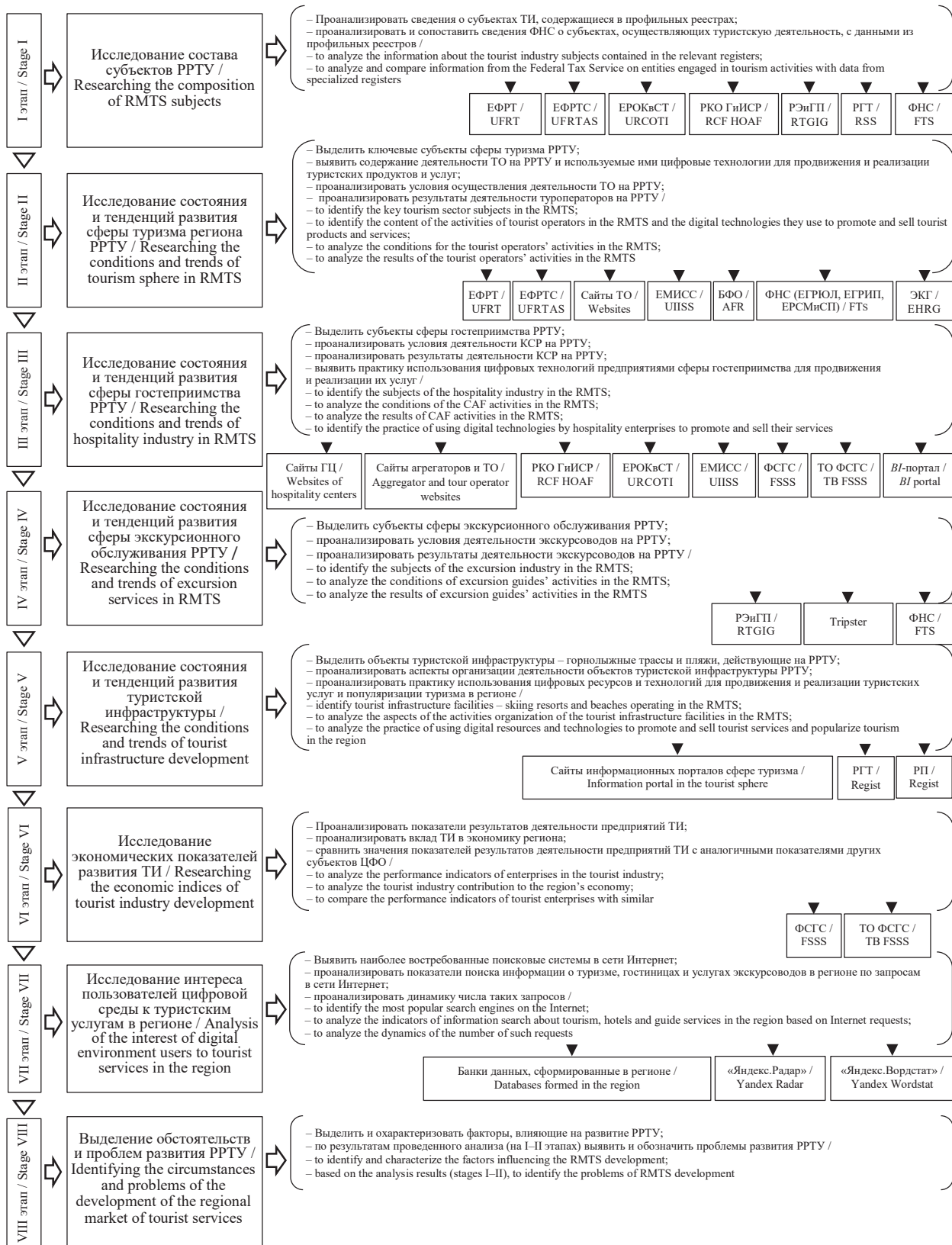


Рис. 2. Процесс и источники информации для исследования состояния и выделения проблем развития регионального рынка туристских услуг

Fig. 2. Diagram of the process and sources of information for researching the state and identifying the problems of the development of the regional market of tourist services (RMTS)

туроператоры не вовлечены в формирование туристического имиджа Орловской области, а цифровые каналы используются преимущественно для информационного сопровождения, а не для продаж.

III этап: *Исследование состояния и тенденций развития сферы гостеприимства РРТУ.* Показатели загрузки КСР, предоставляемые официальной статистикой, формируют искаженное представление о состоянии туристического спроса в Орловской области. Это обусловлено несколькими взаимосвязанными факторами. Так, значения показателя средней продолжительности пребывания граждан в КСР в Орловском регионе отстают от аналогичных в национальном масштабе, а значения показателя средней загрузки номерного фонда существенно отстают от средних по регионам Центрального федерального округа (разница составляет 9–11 % по годам). Рост загрузки сопровождается сокращением общего числа мест, что снижает объем возможного дохода. Преобладание деловых и профессиональных поездок свидетельствует о том, что регион не воспринимается как туристическое направление. Кроме того, большинство гостиниц не используют современные ИТ-решения: многие средства размещения либо не имеют собственных сайтов, либо не оптимизированы под поиск; хостелы активно используют агрегаторы (*Booking.com, Ostrovok*), но при этом не включены в ЕРОКвСТИ, что делает их невидимыми для официальной статистики. Только наиболее востребованные объекты («ГРИНН», «Очарованный странник», «Мечта», «Полесье») внедрили системы автоматизации бронирования.

IV этап: *Исследование состояния и тенденций развития сферы экскурсионного обслуживания РРТУ.* В Реестре экскурсоводов и гидов-переводчиков (РЭиГ) зафиксировано всего 10 аттестованных экскурсоводов. Услуги большинства из них представлены на *Tripster*, но отсутствуют на Официальном туристическом портале Орловской области. Экскурсии ориентированы исключительно на индивидуальных туристов, сборные группы не формируются.

V этап: *Исследование состояния и тенденций развития туристской инфраструктуры.* Выявлено, что горнолыжные трассы и пляжи, функционирующие в регионе, не прошли обязательную классификацию и отсутствуют в соответствующих реестрах (РГТ, РП). В регионе действуют два параллельных портала: Официальный туристический портал и Туристский информационный центр, которые характеризуются неактуальным контентом, редким обновлением, отсутствием функционала онлайн-бронирования, низкой технологичностью. Потенциал местных ИТ-разработчиков используется фрагментарно, единая система цифрового взаимодействия не сформирована.

VI этап: *Исследование экономических показателей развития туристической индустрии.* Статистические данные, свидетельствующие о совокупном состоянии рынка туристических услуг в Орловской области, показывают отрицательную динамику. Так, доля ВДС туристической индустрии Орловской области в значении суммарного показателя (по субъектам Российской Федерации) весьма низка и составила 0,2 % в 2019 и 2020 гг., 0,18 % – в 2021 и в 2022 гг. (снизилась), т. е. уменьшилась. Доля уплаченных налогов туроператорами – резидентами Орловской области с прибыли в бюджет местного уровня в 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 гг. от общего объема налоговых поступлений в результате осуществления деятельности организаций, виды которой определены разделом N ОКВЭД 2, соответственно составила 0,43; 1,17; 0,53; 0,62; 1,11 и 1,53 % и является весьма низкой. Вклад субъектов предпринимательства, осуществляющих деятельность, предусмотренную разделами I и N ОКВЭД 2, в валовую добавленную стоимость по Орловской области в 2023 г. составил 0,6 и 1,2 % соответственно.

VII этап: *Исследование интереса пользователей цифровой среды к туристским услугам в регионе.* Анализ запросов в «Яндекс.Вордстат» показал выраженную сезонность: пики интереса – июль и январь, минимум – февраль и декабрь; большая часть запросов («туры в Орел», «экскурсии в Орле», «гостиницы Орла») исходит с территории самого региона, что указывает на низкий внешний спрос; интерес со стороны других регионов спонтанен и ограничен.

VIII этап: *Выделение обстоятельств и проблем развития РРТУ.* На основе сопоставления данных по всем блокам исследования (полученные результаты исследования более подробно изложены в работе автора (Шмарков, 2025. С. 26–99)) выявлены системные проблемы развития рынка туристических услуг Орловской области²⁷:

²⁷ Выводы систематизированы в соответствии с траекторией этапов исследования (рис. 2).

Туроператорские организации, являющиеся резидентами Орловской области, не проявляют инициативы и активности в развитии въездного туризма в Орловскую область, преимущественно организуют туры по территориям других регионов (II этап) (далее – П1).

Предложения на внешних рынках туристских услуг в Орловской области не отличаются широтой разнообразия и ограниченно продвигаются несколькими столичными туроператорами, а экскурсионные программы – в основном туроператорами соседних регионов. Туроператоры пассивны в формировании новых туристских продуктов и услуг в Орловском регионе и в целом не демонстрируют активность в привлечении туристов в домашний регион (II этап). Деятельность лишь одного из девяти туроператоров (резидентов Орловской области) – ООО «Тур» – сосредоточена на формировании туристских потоков в Орловский регион (далее – П2).

Туроператорские организации, функционирующие в Орловской области, несмотря на наличие сайтов в сети Интернет, существенно отстают в применении современных цифровых технологий для продвижения и реализации туристских продуктов и услуг по сравнению с лидерами национального рынка. Только один туроператор (ООО «Меридиан») использует автоматизированную систему поиска и бронирования туров по ряду направлений туризма. Туроператоры, сосредоточившие свою деятельность на сфере внутреннего туризма и формирующие туристский поток из региона, как правило, используют витрины реализуемых туров или модули, позволяющие пользователям по базовым параметрам (даты, состав туристов, тип тура) подобрать предложения. На сайте единственного туроператора – ООО «Тур» – доступен функционал, позволяющий подобрать тур по базовым параметрам, однако без возможности онлайн-бронирования; в то же время пользователям ресурса предоставляется возможность забронировать гостиничные услуги кемпинга «Байдарочный порт» и приобрести дополнительные услуги (сплавы, прокат велосипедов и др.). Туроператор лишь частично использует национальную дистрибьюторскую сеть для реализации сформированных им турпродуктов (II этап) (далее – П3).

Рост показателя средней загрузки номерного фонда коллективных средств размещения Орловской области реально не свидетельствует о повышении интереса самостоятельных туристов к посещению региона, поскольку в них уменьшилось число мест (III этап) (далее – П4).

Средний годовой процент загрузки номерного фонда в коллективных средствах размещения Орловской области в 2024 г. составил 29,34 %, что существенно ниже значения этого показателя в ЦФО (в 2024 г. составила 40,44 %) (III этап) (далее – П5).

Приоритетными целями поездок лиц, размещенных в коллективных средствах размещения Орловской области, являются деловые и профессиональные цели (более 50 %, за исключением 2023 г. – 48,33 %), что свидетельствует о несформированности туристского имиджа и привлекательности региона, указывает на необходимость пересмотра стратегии и технологий развития туризма в регионе (III этап) (далее – П6).

Показатели «численность граждан, размещенных в коллективных средствах размещения», «цели их поездок» неоднозначно отражают действительное состояние регионального рынка туристских услуг Орловской области в период с 2022 г. и по настоящее время, поскольку методика их сбора не учитывает специфику перемещений граждан в настоящее время в связи с проведением СВО (III этап). Несмотря на положительную динамику статистических показателей, характеризующих состояние сферы гостеприимства, наблюдаем тенденцию преобладания деловых целей визитов в регион, что свидетельствует о несформированном у туристов восприятии Орловского региона как направления туризма. Сложившаяся практика требует корректировки. Необходимо формирование интереса российских и иностранных граждан к посещению региона с экскурсионными и рекреационными целями (далее – П7).

Потенциал креативных индустрий и предприятий сферы культуры недостаточно активно используется при организации обслуживания туристов в Орловском регионе (далее – П8).

Предприятия сферы гостеприимства реализуют политику продвижения услуг, минуя цифровое пространство, сформированное в регионе, ввиду его неразвитости и низкой технологичности. Функциональные сервисы используют только крупные средства размещения, однако малые отстают в вопросах организации автоматического бронирования их услуг (III этап) (далее – П9).

Деятельность экскурсоводов не упорядочена и не систематизирована. Игнорирование некоторыми гидами-экскурсоводами норм действующего законодательства влечет функционирование в теневом секторе экономики и, как следствие, снижение показателей вклада туристской индустрии в экономику региона (IV этап) (далее – П10).

За деятельностью субъектов туристской индустрии региона не установлен надлежащий контроль, в том числе за соблюдением норм действующего законодательства (IV этап) (далее – П11).

В регионе не сформирован перечень классифицированных туристских объектов, что препятствует выделению туристской инфраструктуры, востребованной потребителями. Ряд объектов туристской индустрии не выполнили требования законодательства в части прохождения обязательной классификации (V этап) (далее – П12).

Деятельность туристских информационных порталов в регионе не системна, их контент неактуален, а функционал ограничен. Цифровая среда неэффективно используется для продвижения и реализации региональных туристских продуктов и услуг (V этап) (далее – П13).

Несмотря на наличие в Орловской области компетентных разработчиков цифровых решений для продвижения туристских услуг, их потенциал используется фрагментарно, единая система информирования и продвижения туристских продуктов и услуг в регионе не сформирована (V этап) (далее – П14).

Доля ВДС туристской индустрии Орловской области в валовом региональном продукте (2 %, по данным на 2023 г.) не соответствует цели, поставленной Президентом РФ В. В. Путиным: удвоить число туристских поездок и нарастить вклад туризма в ВВП страны до 5 % (VI этап)²⁸ (далее – П15).

Интерес к посещению Орловского региона с туристскими целями низок. Треть поисковых запросов в сервисах «Яндекса» осуществляют жители г. Орла и Орловской области (VII этап) (далее – П16).

Недостаточность статистических показателей, характеризующих результаты и специфику деятельности организаций на региональном рынке туристских услуг, затрудняет анализ его состояния. В связи с этим приходится анализировать косвенные показатели (далее – П17).

В регионе не сформирована система сбора, обработки, эффективного предоставления информации о продуктах и услугах субъектов регионального рынка туристских услуг. Общепринятые индикаторы не позволяют сформировать целостное представление о состоянии и тенденции развития регионального рынка туристских услуг (далее – П18).

В Орловском регионе не сформирована система регулирования рынка туристских услуг, стратегическое планирование не сфокусировано на туризме. Действия региональных властей нацелены на решение текущих задач и развитие инфраструктуры; специфика, современные тенденции и технологии развития рынка туристских услуг не учитываются; инициативы в продвижении туристского бренда региона на внешних рынках и в переходе к использованию передовых цифровых технологий не наблюдаются (далее – П19).

Не определены четкие ориентиры и не сформированы действенные программы развития регионального рынка туристских услуг (далее – П20).

Систематизация выявленных проблем (П1 – П20) в сопоставлении с ключевыми процессами и функциональными доменами туристической деятельности позволила выделить три основных поля функционирования регионального рынка туристских услуг, в которых эти проблемы концентрируются и проявляются наиболее ярко (рис. 3), что формирует основу для аналитической модели функционирования РРТУ. Поля функционирования рынка туруслуг моделируются как пересечение трех компонентов: процессов (регулирование, продвижение, реализация, разработка продукта), субъектов (рыночные агенты, потребители) и характера предоставляемых услуг.

В результате отмечаем, что основные проблемы функционирования регионального рынка туристских услуг Орловской области сконцентрированы:

- в поле 1 «регулирование – субъекты» (отражает взаимодействие органов власти с бизнесом);
- поле 2 «продвижение – субъекты» (охватывает маркетинговую активность бизнеса и его цифровизацию);
- поле 3 «продвижение – потребители/реализация – потребители» (характеризует формирование спроса, интереса и конверсии туристов в регион).

²⁸ МЭР: доля туризма в ВВП будет расти за счет кластерных проектов и стимулирования инвестиционной активности. (2024, 29 февраля). Министерство экономического развития Российской Федерации. https://www.economy.gov.ru/material/news/mer_dolya_turizma_v_vvp_budet_rasti_za_schet_klasternyh_proektov_i_stimulirovaniya_investicionnoy_aktivnosti.html

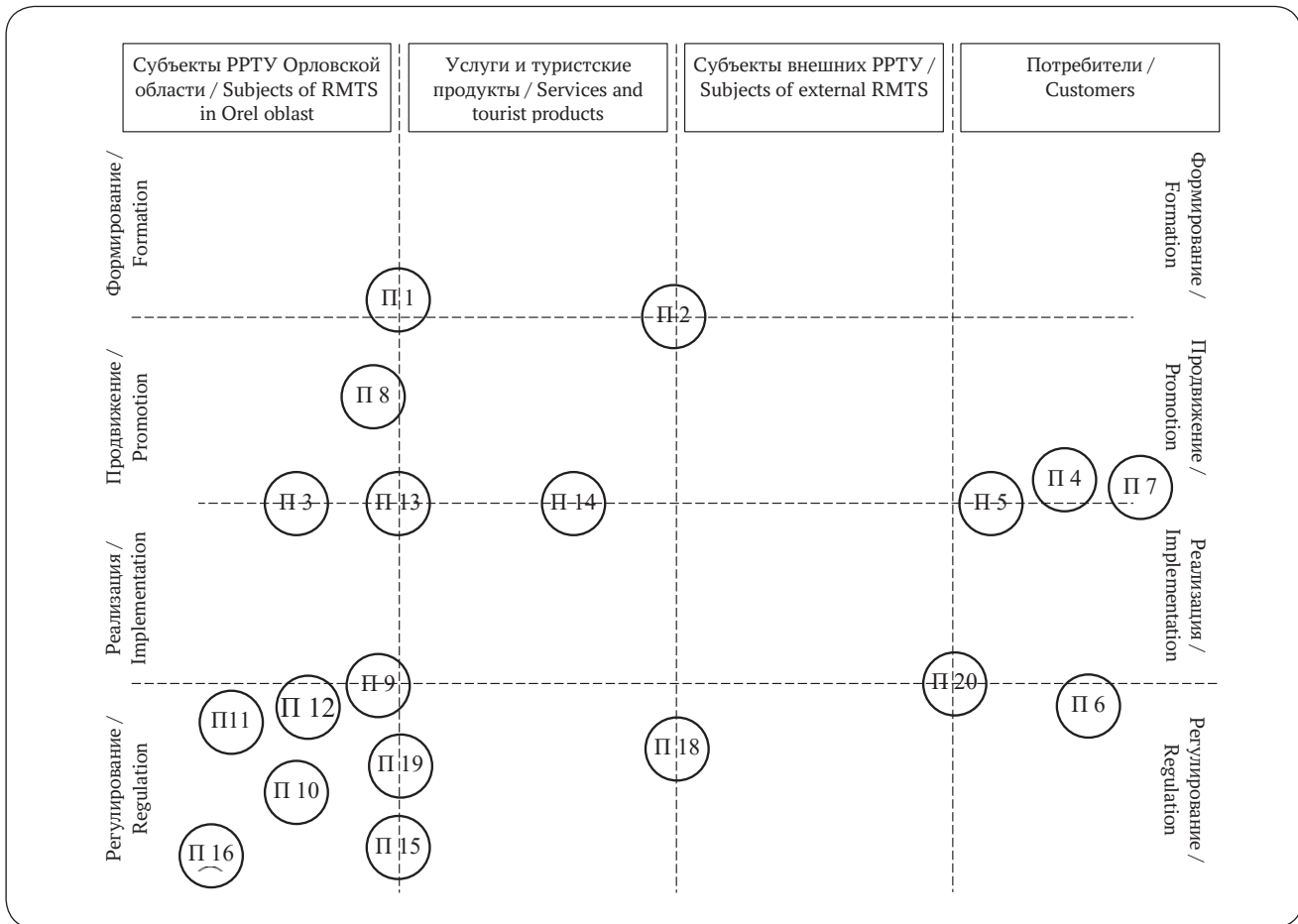


Рис. 3. Поля функционирования рынка туристских услуг Орловской области

Примечание: П1–П20 – проблемы, выделенные на основе анализа данных по методике исследования

Fig. 3. Areas of functioning of the tourist services market in Orel oblast

Note: П1–П20 – the problems identified by the data analysis using the research methodology

Проблемы, сосредоточенные в поле 1 («регулирование – субъекты»), обусловлены низкой вовлеченностью органов исполнительной власти в процессы формирования регионального рынка туристских услуг, а также отсутствием системных мер по созданию благоприятных условий для его функционирования и развития. Слабость регуляторной среды проявляется в несформированности стратегических приоритетов, дефиците целевых программ поддержки туризма и отсутствии координирующего органа с четко определенными полномочиями. Эти факторы являются ключевыми причинами низких показателей, характеризующих состояние РРТУ. В этих условиях необходимость реформирования системы управления туризмом становится стратегической задачей: требуется разработка модели регионального органа исполнительной власти, наделенного специализированными компетенциями в сфере туризма, способного обеспечить профессиональное, основанное на данных регулирование и долгосрочную стратегическую ориентацию.

Проблемы, выявленные в поле 2 («продвижение – субъекты»), свидетельствуют о низком уровне цифровой зрелости субъектов туристской индустрии. Недостаточная цифровизация деятельности гостиниц, туроператоров и экскурсоводов ограничивает их доступ к современным каналам дистрибуции, снижая конкурентоспособность на внешних рынках. Отсутствие консолидированной маркетинговой стратегии региона и эффективных инструментов ее реализации — таких как единый туристический портал, платформа автоматизированного бронирования или цифровые кампании — приводит к фрагментарности коммуникаций и минимизации усилий по привлечению туристов. В результате даже потенциально востребованные туристские продукты остаются невидимыми для широкой аудитории.

Проблемы поля 3 («продвижение – потребители») представляют собой одновременно следствие и усугубление проблем первых двух полей. Низкая востребованность туристских предложений Орловской области, преобладание деловых и профессиональных поездок), слабый интерес со стороны рекреационных туристов свидетельствуют о несформированности туристского имиджа региона. Это указывает на то, что спрос не генерируется ни государственной политикой, ни бизнес-инициативами, а формируется экстерриториально, преимущественно за счет экономической активности, а не туристической привлекательности.

Концентрация системных проблем в трех выделенных полях функционирования РРТУ оказывает существенное влияние на его экономическую эффективность и устойчивое развитие. В этой связи стратегия трансформации регионального рынка туристских услуг должна быть сфокусирована на следующих приоритетах:

- реформировании системы управления туризмом, включая создание специализированного органа с полномочиями в сфере стратегического планирования, регулирования и поддержки;
- определении приоритетных направлений и видов туризма (например, активный, культурно-исторический, событийный) с формированием «магнитов» и «точек роста», вокруг которых будет концентрироваться деятельность участников рынка;
- разработке и реализации комплексных маркетинговых программ продвижения Орловской области как туристического направления на национальном и международном уровнях;
- совершенствовании цифровой инфраструктуры, включая создание единой цифровой платформы, интегрированной с национальными и международными дистрибьюторскими сетями, повышающей роль региональных ресурсов в туристском обмене.

Среди комплексных проблем, частично выходящих за рамки основных полей, следует отметить технологическую отсталость в продвижении туристских продуктов (П2). Узкий ассортимент и низкое качество предлагаемых турпродуктов, формируемых резидентами РРТУ, ограничивают интерес крупных национальных туроператоров к реализации маршрутов по Орловской области²⁹. При этом сами субъекты рынка не используют потенциал цифровых платформ дистрибуции (*GDS*, агрегаторы), что исключает возможность масштабного привлечения организованного туризма.

Кроме того, неэффективное администрирование региональных информационных ресурсов (П14) (в части наполнения контента, его актуальности, функциональности и интеграции с внешними системами) препятствует формированию положительного восприятия региона у потенциальных туристов. Это свидетельствует об отсутствии единой медийной стратегии и глубокого понимания цифрового взаимодействия с потребителем.

Наконец, технологическая отсталость используемых сервисов ограничивает сбор и анализ данных о поведении туристов (П18), что затрудняет выявление мотивационных паттернов, прогнозирование спроса и выстраивание персонализированных коммуникаций. Это лишает регион возможности формировать банк данных, необходимый для поиска новых точек роста и адаптации предложения к меняющимся рыночным условиям.

Полученные результаты позволяют заключить, что региональный рынок туристских услуг Орловской области находится в состоянии структурного застоя, обусловленного взаимосвязанными дисфункциями в сферах регулирования, продвижения и потребительского восприятия. Для перехода от декларативной политики к практическому развитию туризма требуется не просто набор тактических мероприятий, а глубокая системная трансформация, направленная на создание интегрированной, устойчивой и цифрово-ориентированной туристской экосистемы региона.

Заключение

Разработанная методика позволяет преодолеть ключевой недостаток существующих подходов – фрагментарность анализа. Она обеспечивает системное понимание состояния РРТУ через интеграцию данных о предложении, спросе и экономических эффектах, что делает возможным выявление скрытых дисбалансов и формирование обоснованных рекомендаций по трансформации рынка.

²⁹ Эксперты Минэкономразвития дали честную оценку орловскому туризму. (2025, 19 августа). Oreltimes. <https://oreltimes.ru/news/obshhestvo/jeksperty-minjekonomrazvitiya-dali-chestnuju-ocenku-orlovskomu-turizmu/>

Отличие предложенной методики от реализованных подходов состоит:

- в выделении и детализированном исследовании сфер регионального рынка туристских услуг (туризма, гостеприимства, экскурсионных услуг и др.);
- использовании системы источников информации и показателей, наиболее полно учитывающих современную структуру и состав участников регионального рынка туристских услуг;
- включении в процедуру исследования анализа практики и аспектов использования цифровых технологий субъектами туристской индустрии;
- реализации системного подхода к исследованию регионального рынка туристских услуг;
- увязке результатов исследования состояния к выделению проблем функционирования регионального рынка туристских услуг.

Использование гармонично дополняющих доступных показателей о деятельности субъектов регионального рынка туристских услуг в части предложенной системы и схемы исследования составляют новизну разработанной методики. Практическая значимость ее использования заключается в получении более полного представления о состоянии и специфике функционирования регионального рынка туристских услуг, что позволяет пошагово выделить и структурировать проблемы его трансформации. Такая информация является весьма полезной для руководства региона и органов исполнительной власти, наделенных полномочиями в сфере туризма, для выработки механизмов и принятия решений по активизации туризма и росту экономики региона. Полученные выводы обладают практической значимостью и могут быть использованы органами исполнительной власти и бизнес-сообществом для разработки целевых управленческих решений, направленных на повышение экономической эффективности и конкурентоспособности туристской индустрии региона.

Исследование продолжается в рамках следующего этапа – разработки стратегических мер по трансформации регионального рынка туристских услуг. Акцент сделан на внедрение современных цифровых технологий и формирование эффективной системы регулирования, адаптированной к условиям цифровой экономики.

Список литературы

- Аксенова, Е. И., Петрова, Г. Д., Чернышев, Е. В., Юдина, Н. Н. (2020). Рекреационный потенциал медицинского туризма России. *Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины*, 28, 1180–1185. EDN: UCGHUA. DOI: 10.32687/0869-866X-2020-28-s2-1180-1185
- Арутюнян, С. А., Яхонтова М. В. (2019) Современное состояние и проблемы развития туризма в Астраханской области. *Вестник евразийской науки*, 6(11), 1–12. EDN: LZRSRY
- Александрова, А. Ю. (2017). Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации. *Вестник Московского университета*, 6(1), 41–61. EDN: YGJEBZ
- Арефьев, А. С., Савельева, Н. А., Симонян, А. Р., Жербо, Л. (2022). Применение методологии качественного исследования «Основание теории» в изучении потребностей заинтересованных сторон туристской дестинации и разработке цифровой отраслевой платформы. *Теоретическая и прикладная экономика*, 4, 1–19. EDN: UNIMCM. DOI: 10.25136/2409-8647.2022.4.38767
- Бобко, К. И., Затеякин, О. А., Бобко, Т. В. (2025). Туризм как фактор диверсификации региональной экономики (на примере Кемеровской области – Кузбасса). *Вестник Пермского университета. Серия: Экономика*, 20(2), 180–198. EDN: DEYILK. DOI: 10.17072/1994-9960-2025-2-180-198
- Богомазова, И. В., Климова, Т. Б. (2022). Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма. *Экономика. Информатика*, 49(4), 718–730. EDN: XFWWVF. DOI: 10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730
- Большаков, С. Н., Михальченкова, Н. А. (2019). Состояние и оценка рынка туристских услуг республики Коми. *Региональные проблемы преобразования экономики*, 2(100), 125–137. EDN: EHCROH. DOI: 10.26726/1812-7096-2019-2-125-137
- Вахрамеева, М. В., Розанова, Т. П., Салин, В. Н., Шпаковская, Е. П. (2016). Международные стандарты формирования системы показателей статистики туризма. *Журнал правовых и экономических исследований*, 3, 95–103. EDN: WJTOGT
- Величкина, А. В. (2014). Оценка развития туристской инфраструктуры региона. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*, 2(32), 239–250. EDN: SEKWTL. DOI: 10.15838/esc/2014.2.32.18
- Гамидуллаева, Л. А., Финогеев, А. Г. (2023). Методические подходы к управлению развитием отраслевых экосистем (на примере туристской индустрии). *п-Economy*, 16(2), 7–23. EDN: PLTWMM. DOI: 10.18721/JE.16201
- Гладкий, А. В. (2019) Общественно-географические методы научных исследований региональных рынков туристских услуг. *Псковский региологический журнал*, 2(38), 86–103. EDN: WUPAUF

Гушина, Е. Г., Витальева, Е. М. (2024). Цифровизация как новая реальность в управлении туристским рынком России. *Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика*, 26(3), 122–133. EDN: QIJCYC. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2024.3.10

Дочкина, А. А., Градусова, В. Н. (2025). Сравнительная характеристика развития туризма в регионах Приволжского федерального округа. *Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия*, 17(1), 39–49. EDN: YIQXXI

Ермакова, Ж. А., Полякова, И. Л. (2024). Организационные аспекты межрегионального взаимодействия в рамках формирования, продвижения и реализации туристских продуктов. *Интеллект. Инновации. Инвестиции*, 4, 26–36. EDN: WPJHKK. DOI: 10.25198/2077-7175-2024-4-26

Желнина, З. Ю. (2021). Туризм Мурманской области как драйвер развития территории. *Общество: политика, экономика, право*, 9(98), 65–75. EDN: OMFPUV. DOI: 10.24158/per.2021.9.11

Забураева, Х. Ш., Шаипова, А. А. (2025). Горные регионы России как центры развития экологического туризма. *Геология и геофизика Юга России*, 15(1), 180–193. EDN: KTEQIP. DOI: 10.46698/VNC.2025.26.88.015

Зевеке, О. Ю., Гришина, Т. В., Шадченко, Н. Ю., Сырникова, Л. В. (2019). Обзор существующих международных и российских методик оценки туристского потока. *Горизонты экономики*, 3(49), 19–28. EDN: HTWUWO

Зырянов, А. И., Королев, А. Ю., Мышлявцева, С. Э., Сафарян, А. А. (2017). Организация территорий активного туризма на Урале. *Современные проблемы сервиса и туризма*, 11(3), 130–141. EDN: ZFBGGV. DOI: 10.22412/1995-0411-2017-11-3-130-141

Ивлева, О. В., Шабляускене, Е. В. (2024). Развитие туристской индустрии Калининградской области в цифрах и ключевых показателях. *Сервис в России и за рубежом*, 18, 4(113), 55–64. EDN: MQOTIY. DOI: 10.5281/zenodo.14513732

Карлов, А. Н., Богатырев, Р. А. (2020). Развитие туризма в Российской Федерации как вектор реализации туристского потенциала в регионах. *Среднерусский вестник общественных наук*, 15(6), 191–200. EDN: OQWWSR. DOI: 10.22394/2071-2367-2020-15-6-191-200

Карпова, Г. А., Кучумов, А. В., Сиренко, О. О., Еремичева, П. Ю. (2024). Основные тенденции развития цифрового предпринимательства в туризме. *Сервис в России и за рубежом*, 18, 3(112), 16–25. EDN: AVPIPV. DOI: 10.5281/zenodo.14254290

Карпова Г. А., Песоцкая Е. В., Ткачев В. А. (2017). Туристско-информационные центры и их роль в повышении конкурентоспособности туристских кластеров. *Сервис plus*, 11(3), 11–20. EDN: ZFDGBJ. DOI: 10.22412/1993-7768-11-3-2

Киреева, М. М., Павленко, И. Г. (2021). Методический подход к оценке использования ресурсного потенциала территории для развития внутреннего туризма. *Journal of New Economy*, 22(2), 23–43. EDN: XZBZKG. DOI: 10.29141/2658-5081-2021-22-2-2

Кислова, Ю., Казунина, А. (2015). Анализ объемов и структуры туристских потоков на территорию региона (на примере города Москвы): методология и проблемы оценки. *Логистика*, 7, 12–23. EDN: UCTDKP

Ковалева, М. А., Щебарова, Н. Н. (2022). Анализ влияния туристического кластера на развитие региональной экономики на примере Мурманской области. *Управленческий учет*, 1–2, 231–240. EDN: XXWOQZ. DOI: <https://doi.org/10.25806/uu1-22022231-240>

Королева, И. С., Марциневская, Л. В. (2018). Культурно-исторический потенциал как ресурс для развития регионального туризма. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*, 4(2), 11–19. EDN: YLKWNF. DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-2

Кошечев, Д. А., Исопескуль, О. Ю., Третьякова, Е. А. (2018). Российская модель региональной кластерной политики в туризме: теоретические и практические аспекты. *Журнал экономической теории*, 15(4), 607–620. EDN: YSTWFN. DOI: 10.31063/2073-6517/2018.15-4.6

Курносова, Е. А. (2015). Методика исследования регионального рынка туристских услуг. *Вестник молодых ученых и специалистов Самарского государственного университета*, 1(6), 103–107. EDN: VWWXSD

Леонидова, Е. Г. (2022). Приоритеты и угрозы развития регионального туризма. *Регионология*, 3(30), 624–646. EDN: EEJSZZ. DOI: 10.15507/2413-1407.120.030.202203.624-646

Лукашенко, Т. Р., Охрименко, Е. И. (2022). Туризм в регионе: определяющие факторы и направления развития на современном этапе. *Экономика, предпринимательство и право*, 12(11), 3023–3036. EDN: MMLUSG. DOI: 10.18334/err.12.11.116647

Макринова, Е. И., Лысенко, В. В., Фалимендинов, И. В. (2020). Приоритетные направления развития и поддержки внутреннего туризма в условиях ограничительных мер Российской экономики. *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 6(85), 23–36. EDN: FTXXZW. DOI: 10.21295/2223-5639-2020-6-23-36

Максанова, Л. Б. Ж., Дамбуева, М. М. (2016). Региональные подходы к совершенствованию системы статистики туризма. *Вестник ВСГУТУ*, 1(58), 81–88. EDN: GHNHRXN

Максанова, Л. Б. Ж., Хребтова, Т. А., Бадмацыренова, М. Б. (2023). Туризм в Дальневосточном федеральном округе: современное состояние и перспективы развития. *Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент*, 3, 65–75. EDN: GHNHRXN. DOI: <https://doi.org/10.18101/2304-4446-2023-3-65-75>

Миненкова, В. В., Филобок, А. А., Коновалова, А. В., Морозов, А. Н. (2021). Круизный туризм в Азово-Черноморском бассейне России. *Современные проблемы сервиса и туризма*, 15(3), 69–83. EDN: QFZCEA. DOI: 10.24412/1995-0411-2021-3-69-83

- Миролюбова, Т. В., Зырянов, А. И., Мышлявцева, С. Э., Николаев, Р. С., Ворончихина, Е. Н., Фирсова, А. В. (2023). Особенности и перспективы развития внутреннего и въездного туризма в региональной экономике Пермского края. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет. EDN: EXREDT
- Морозов, М. А., Морозова, Н. С. (2021). Региональные особенности развития туристской инфраструктуры и их влияние на туризм. *Регионоведение*, 29(3), 588–610. EDN: UWAOSR. DOI: 10.15507/2413-1407.116.029.202103.588-610
- Морошкина, М. В., Кондратьева, С. В. (2021). Региональная доступность как фактор развития туристского направления. *Регионоведение*, 29(1), 60–81. EDN: TOPVDQ. DOI: 10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081
- Мякшин, В. Н., Шапаров, А. Е., Тиханова, Д. В. (2021). Совершенствование оценки туристского потенциала субъектов Арктической зоны РФ. *Экономика региона*, 17(1), 235–248. EDN: WMDOAD. DOI: 10.17059/ekon. reg.2021-1-18
- Нюренбергер, Л. Б., Новгородов, П. А., Мальгин, А. В., Петренко, Н. Е. (2022). Российский рынок туристских услуг: современное состояние, проблемы, региональная специфика. *Креативная экономика*, 16(12), 5079–5100. EDN: WRJHWQ. DOI: 10.18334/ce.16.12.116658
- Оборин, М. С. (2020а). Религиозный туризм как особый вид социально-культурной деятельности. *Сервис в России и за рубежом*, 14(2), 147–156. EDN: JYVQVO. DOI: 10.24411/1995-042X2020-10213
- Оборин, М. С. (2020б). Образовательный туризм как перспективное направление развития молодежных путешествий. *Сервис в России и за рубежом*, 14(3), 86–96. EDN: PIBPSM. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10306
- Оборин, М. С. (2023). Стратегия адаптации управления бизнес-структурами к кризисным условиям на основе компромисса. *Вестник Пермского университета. Серия: Экономика*, 18(4), 389–408. EDN: PCQZTN. DOI: 10.17072/1994-9960-2023-4-389-408
- Овчаренко, Л. А., Лебезова, Э. М. (2021). Цифровизация как новая парадигма управления. *Век качества*, 4, 106–126. EDN: PWKZKB
- Павлова, Ю. Ю. (2022). Проблемы и перспективы развития редких видов туризма в Архангельской области. *Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова*, 4, 85–93. EDN: XEGBYW. DOI: 10.21686/2413-2829-2022-4-85-93
- Песоцкая, Е. В., Селютина, Л. Г. (2021). Концепции маркетинга в управлении предпринимательской деятельностью на рынке туристских услуг. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*, 7(1), 23–37. EDN: OGYHCB. DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-4-0-3
- Плисецкий, Е. Е., Леонард, К. С., Ильина, И. Н. (2022). Переосмысление моногородов: ориентация на развитие туризма. *Вопросы государственного и муниципального управления*, 2, 114–141. EDN: VXGSBM. DOI: 10.17323/1999-5431-2022-0-3-114-141
- Предводителева, М. Д., Решетникова, К. В., Пустов Л. Ю., Голубовская П. А. (2023). Российские туристические технологические стартапы в 2020–2023 гг.: адаптация к вызовам и перспективы развития. *Российский журнал менеджмента*, 21(3), 419–439. EDN: WXSPSL. DOI: 10.21638/spbu18.2023.306
- Пшеничных, Ю. А. (2021). Актуальные проблемы неравномерного распределения туристских потоков и пространственного развития туризма в Ростовской области. *Сервис в России и за рубежом*, 15(3), 119–130. EDN: KYNETX. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-119-130
- Романцова, Д. В., Доценко, А. А. (2022). Кадровый голод туристской индустрии Приморского края. *Сервис в России и за рубежом*, 16(2), 112–120. EDN: AXJARK. DOI: 10.24412/1995-042X2022-2-112-120
- Саранча, М. А. (2020) Оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона. *Балтийский регион*, 12(3), 147–165. EDN: DCXХНА. DOI: 10.5922/2079-8555-2020-3-9
- Семеркова, Л. Н., Зинченко, С. В., Бижанова, Е. М. (2019). Актуальные проблемы неравномерного распределения туристских потоков. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*, 1(49), 168–178. EDN: VAOAMS. DOI: 10.21685/2072-3016-2019-1-17
- Сизенева, Л. А. (2018). Методика оценки потребительской привлекательности региональных туристских продуктов. *Сервис в России и за рубежом*, 12, 3(81), 90–111. EDN: YVMBQT. DOI: 10.24411/1995-042X-2018-10307
- Ситкевич, Д. А. (2024). Ресурсы и барьеры развития внутреннего туризма в российских регионах: опыт Дагестана. *Вестник Московского университета, Серия 6. Экономика*, 59(1), 203–220. EDN: IOTZGN. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-1-10
- Степанова, С. В., Шулепов, В. И. (2018). Туристская инфраструктура региона в муниципальном разрезе: подходы к оценке. *Вестник Поволжского государственного технологического университета. Экономика и управление*, 4(40), 5–16. EDN: YWGNWX. DOI: 10.15350/2306-2800.2018.4.5
- Строева, А. Г., Иволга, А. Г., Елфимова, Ю. М. (2021) Сельский туризм как перспективное направление развития сельских территорий регионов России. *Сервис в России и за рубежом*, 15, 2(94), 110–120. EDN: DHBHRG. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-2-110-120
- Тельных, В. В. (2019) Рынок туристских услуг Красноярского края: тенденции и особенности развития. *Фундаментальные исследования*, 2, 26–31. EDN: VVZEYO
- Трошкина, И. Н. (2022). Инновационные направления развития туризма на местах (опыт Республики Хакасия). *Сервис в России и за рубежом*, 16, 3(100), 64–75. EDN: DONKDM. DOI: 10.24412/1995-042X-2022-3-64-75

Федулин, А. А., Погребова, Е. С., Афанасьев, О. Е., Афанасьева, А. В. (2023). Формы и направления организации и реализации общественно-полезных туристских программ для молодежи. *Сервис в России и за рубежом*, 17, 3(105), 5-20. EDN: UWUISS. DOI: 10.5281/zenodo.8140211

Фролова, Е. В., Рогач, О. В. (2023). Ограничения и перспективы развития внутреннего туризма в регионах России. *Экономика региона*, 19(1), 208-219. EDN: ВРДОНН. DOI: 10.17059/ekon.reg.2023-1-16

Хаирова, Э. А. (2020). Анализ современного состояния развития туризма республики Крым. *Вестник Алтайской академии экономики и права*, 10(1), 89-94. EDN: FWWICG. DOI: 10.17513/vaael.1351

Ходаковская, О. П. (2023). Внедрение цифровых технологий в сфере туризма на примере города-курорта Сочи. *Вестник Алтайской академии экономики и права*, 11-2, 316-322. EDN: UWHVIA. DOI: 10.17513/vaael.3094

Ходаковская, О. П. (2024). Обзор результатов проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на региональном рынке туризма. *Известия Субтропического научного центра Российской академии наук*, 4(3), 45-53. EDN: HRZPXA. DOI: 10.31360/2949-4591-2024-4-3-45-53

Цветков, А. Ю. (2023). Перспективы арктического туризма в России в современных условиях. *Арктика и Север*, 51, 233-246. EDN: JKVCPX. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2023.51.233

Шабалина, Н. В., Азина, Е. А., Каширина, Е. С. (2021). Потенциал российских регионов для развития промышленного туризма. *Современные проблемы сервиса и туризма*, 15(2), 58-67. EDN: DQZZOZ. DOI: 10.24412/1995-0411-2021-2-58-67

Шабанова, Л. Б., Юсупова, Г. Р., Кабилов, И. С. (2022). Трансформация индустрии туризма как следствие пандемии и санкций. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*, 7(4), 511-520. EDN: QHCPCV. DOI: 10.21603/2500-3372-2022-7-4-511-520

Шмарков, М. С., Цёхла, С. Ю., Шмаркова, Л. И., Казакова, М. В. (2024). Гастрономический туризм как драйвер развития регионального рынка туристских услуг: оценка состояния и перспективы. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*, 10(4), 67-83. EDN: HDPBYW. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5

Шмарков, М. С., Шмаркова, Л. И. (2024). Оценка и сравнение туристского потенциала и общественных рейтингов регионов в задаче развития регионального рынка туристских услуг (на примере Орловской области). *Russian Journal of Economics and Law*, 18(3), 729-758. EDN: ВХАГМО. DOI: 10.21202/2782-2923.2024.3.729-758

Шмарков, М. С., Шмаркова, Л. И., Шмаркова, Е. А. (2021). Адаптация деятельности предприятий туристской индустрии к кризисным условиям. *Вестник ОрелГИЭТ*, 2(56), 37-41. EDN: EYPZUZ. DOI: 10.36683/2076-5347-2021-2-56-37-41

Шмарков, М. С. (2025). Региональный рынок туристских услуг Орловской области: трансформация и перспективы развития. ОГУ имени И. С. Тургенева. ISBN 978-5-9929-1966-0.

Шнорр, Ж. П. (2023). Совершенствование методических подходов к оценке развития регионального рынка гостиничных услуг. *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 3(100), 48-61. EDN: CRAXIS. DOI: 10.21295/2223-5639-2023-3-48-61

Шпырня, О. В., Коренева, М. В. (2019). Новые технологии развития рынка туристских услуг. *Научный вестник Южного института менеджмента*, 4, 113-116. EDN: VRVVDH. DOI: 10.31775/2305-3100-2019-4-113-116

Янкевич, Е. М. (2021). Оценка социально-экономических эффектов формирования региональной туристической дестинации. *Право. Экономика. Психология*, 4(24), 59-68. EDN: ETEHQZ

Aguinis, H., Kraus, S. A., Poček, J., Meyer, N., & Jensen, S. H. (2023). The why, how, and what of public policy implications of tourism and hospitality research. *Tourism Management*, 97, 104720. EDN: LFNPN. DOI: 10.1016/j.tourman.2023.104720

Gozgor, G., Lau, C. K., Lin, Z., & Zeng, Y. (2024). The impact of digital governance on tourism development. *Journal of Digital Economy*, 3, 1-13. EDN: DQPHUA. DOI: 10.1016/j.jdec.2024.05.003

Kato, H. (2025). Spatial patterns and geographic characteristics of tourism-accommodation intensity hotspots in Kyoto city. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 6(1), 100178. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2025.100178>

Lei, Z., Shanghong, S., & Jie, C. (2024). Study on the influence of global tourism development on the upgrading of county industrial structure. *Heliyon* 10, e39287. EDN: SBNGRI. DOI: 10.1016/j.heliyon.2024.e39287

Mizrachi, I., & Gretzel, U. (2020). Collaborating against COVID-19: bridging travel and travel tech. *Information Technology & Tourism* (pp. 489-496). EDN: DHSRIN. DOI: 10.1007/s40558-020-00192-0

Pjanić, M. (2019). Economic effects of tourism on the world economy. In *4th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era* (pp. 291-305). <https://doi.org/10.31410/tmt.2019.291>

Primayesa, E., Widodo, W., & Sugiyanto, F. X. (2023). Tourism Spatial Spillover Effect and Economic Growth in Indonesia. *Economika Regiona*, 19(4), 1161-1176. EDN: OLRFMJ. DOI: 10.17059/ekon.reg.2023-4-16

Robina-Ramírez, R., Torrecilla-Pinero, J., Leal-Solís, A., & Pavón-Pérez, J. A. (2023). Tourism as a driver of economic and social development in underdeveloped regions. *Regional Science Policy & Practice*, 1-19. EDN: WOOSGS. DOI: 10.1111/rsp3.12639

Sharma, G. D., Taheri, B., Cichon, D., Parihar, J. S., & Kharbanda, A. (2024). Using innovation and entrepreneurship for creating edge in service firms: A review research of tourism and hospitality industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100572. EDN: CRWRWL. DOI: 10.1016/j.jik.2024.100572

Singh, D., & Alam, Q. (2024). Is tourism expansion the key to economic growth in India? An aggregate-level time series analysis. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), 100126. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100126>

Su, Y., Cherian, J., Sial, M., Badulescu, A., Phung Anh, Badulescu, D., & Samad Does, S. (2021). Tourism Affect Economic Growth of China? A Panel Granger Causality Approach. *Sustainability*, 13(3). EDN: ZRSDPU. DOI: 10.3390/su13031349

- Tan, Y.-T., Gan, P.-T., Hadi, F. S. A., & Gamal, A. A. M. (2025). Tourism's Impact on Economic and Human Development: Evidence from ASEAN 5. *Economika Regiona*, 21(1), 166–179. EDN: DMKEMO. DOI: 10.17059/ekon.reg.2025-1-12
- Zhang, J. (2017) Analysis of the factors affecting the efficiency of regional tourism growth in China. *Proceedings of the 7th International conference on education, management, information and mechanical engineering (EMIM 2017)* (pp. 1601–1605). <https://doi.org/10.2991/emim-17.2017.324>

References

- Aguinis, H., Kraus, S. A., Poček, J., Meyer, N., & Jensen, S. H. (2023). The why, how, and what of public policy implications of tourism and hospitality research. *Tourism Management*, 97, 104720. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104720>
- Aksenova, E. I., Petrova, G. D., Chernyshev, E. V., & Yudina, N. N. (2020). Recreational potential of medical tourism of Russia. *Problems of Social Hygiene, Public Health and History of Medicine*, 28, 1180–1185. (In Russ.). <https://doi.org/10.32687/0869-866X-2020-28-s2-1180-1185>
- Aleksandrova, A. Yu. (2017). Construction of the integrated tourism statistics system in the Russian Federation. *Moscow University Economics Bulletin*, 6(1), 41–61. (In Russ.).
- Arefyev, A. S., Saveleva, N. A., Simonyan, A. R., & Gerbaud, L. (2022). Application of the qualitative research methodology grounded theory in studying of the needs of tourist destination stakeholders and developing digital industry platform. *Theoretical and Applied Economics*, 4, 1–19. (In Russ.). <https://doi.org/10.25136/2409-8647.2022.4.38767>
- Arutyunyan, S. A., & Yahontova, M. V. (2019). The current state and problems of development of tourism in the Astrakhan region. *Vestnik evraziyskoy nauki*, 6(11). (In Russ.).
- Bobko, K. I., Zatepyakin, O. A., & Bobko, T. V. (2025). Tourism as a diversification factor for the economy of Kemerovo region – Kuzbass. *Perm University Herald. Economy*, 20(2), 180–198. (In Russ.). <https://doi.org/10.17072/1994-9960-2025-2-180-198>
- Bogomazova, I. V., & Klimova, T. B. (2022). Digital services and the tourist ecosystem in the development of domestic tourism. *Economics. Information Technologies*, 49(4), 718–730. (In Russ.). <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730>
- Bolshakov, S. N., & Mikhilchenkova, N. A. (2019). The state and tourism services market assessment in the Komi Republic. *Regionalnye problemy preobrazovaniya ekonomiki*, 2(100), 125–137. (In Russ.). <https://doi.org/10.26726/1812-7096-2019-2-125-137>
- Dochkina, A. A., & Gradusova, V. N. (2025). Comparative characteristics of tourism development in the regions of the Volga Federal District. *Vestnik NII gumanitarnykh nauk pri Pravitelstve Respubliki Mordoviya*, 17(1), 39–49. (In Russ.).
- Ermakova, J. A., & Polyakova, I. L. (2024). Organizational aspects of interregional cooperation in the framework of the formation, promotion and sale of tourism products. *Intellect. Innovation. Investments*, 4, 26–36. (In Russ.). <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2024-4-26>
- Fedulín, A. A., Pogrebóva, E. S., Afanas'ev, O. E., & Afanas'eva, A. V. (2023). Socially beneficial tourism programs for young people: the forms and directions of their organization and implementation. *Services in Russia and Abroad*, 17, 3(105), 5–20. (In Russ.). <https://doi.org/10.5281/zenodo.8140211>
- Frolova, E. V., & Rogach, O. V. (2023). Limitations and Development Prospects of Domestic Tourism in Russian Regions. *Economy of Regions*, 19(1), 208–219. (In Russ.). <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-1-16>
- Gamidullaeva, L. A., & Finogeev, A. G. (2023). Methodological approaches to managing the development of sectoral ecosystems (on the example of the tourism industry). *π-Economy*, 16(2), 7–23. (In Russ.). <https://doi.org/10.18721/JE.16201>
- Gladkey, A. V. (2019) Socio-geographical methods of scientific research of tourist services' regional markets. *Pskovskiy Regionologicheskiy Zhurnal*, 2(38), 86–103. (In Russ.).
- Gozgor, G., Lau, C. K., Lin, Z., & Zeng, Y. (2024). The impact of digital governance on tourism development. *Journal of Digital Economy*, 3, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.jdec.2024.05.003>
- Gushchina, E. G., & Vitalyeva, E. M. (2024). Digitalization as a new reality in the management of the Russian tourism market. *Journal of Volgograd State University. Economics*, 26(3), 122–133. (In Russ.). <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2024.3.10>
- Ivleva, O. V., & Shablyauskene, E. V. (2024). Development of the tourism industry of the Kaliningrad region in numbers and key indicators. *Services in Russia and Abroad*, 18, 4(113), 55–64. (In Russ.). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14513732>
- Karlov, A. N., & Bogatyrev, R. A. (2020). Development of tourism in the Russian Federation as a vector of realization the tourist potential in the regions. *Central Russian Journal of Social Sciences*, 15(6), 191–200. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2020-15-6-191-200>
- Karpova G. A., Pesotskaya E. V., Tkachev V. A. (2017). Tourist information centers and their role in enhancing the competitiveness of tourism clusters. *Service Plus*, 11(3), 11–20. (In Russ.). <https://doi.org/10.22412/1993-7768-11-3-2>
- Karpova, G. A., Kuchumov, A. V., Sirenko, O. O., & Eremicheva, P. Yu. (2024). The main trends in the development of digital entrepreneurship in tourism. *Services in Russia and Abroad*, 18, 3(112), 16–25. (In Russ.). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14254290>
- Kato, H. (2025). Spatial patterns and geographic characteristics of tourism-accommodation intensity hotspots in Kyoto city. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 6(1), 100178. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2025.100178>
- Khairova, E. A. (2020). Analysis of the current state of tourism development in the Republic of Crimea. *Vestnik Altajskoy Akademii Ekonomiki i Prava*, 10(1), 89–94. (In Russ.). <https://doi.org/10.17513/vaael.1351>

Khodakovskaya, O. P. (2023). Introduction of digital technologies in the field of tourism on the example of the resort city of Sochi. *Vestnik Altajskoy Akademii Ekonomiki i Prava*, 11–2, 316–322. (In Russ.). <https://doi.org/10.17513/vaael.3094>

Khodakovskaya, O. P. (2024). Review of the results of monitoring the state and development of the competitive environment in the regional tourism market. *Proceedings of the Subtropical Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 4(3), 45–53. (In Russ.). <https://doi.org/10.31360/2949-4591-2024-4-3-45-53>

Kireeva, M. M., & Pavlenko, I. G. (2021). Methodological approach to assessing the resource potential of a territory for the domestic tourism development. *Journal of New Economy*, 22(2), 23–43. (In Russ.). <https://doi.org/10.29141/2658-5081-2021-22-2-2>

Kislova, Yu., & Kazunina, A. (2015). Analysis of the Volume and Structure of Tourist Flows to the Region (the Case of Moscow): Methodology and Evaluation Issues. *Logistika*, 7, 12–23. (In Russ.).

Koroleva, I. S., & Marcinowska, L. V. (2018). Historical-cultural potential as a resource for the development of regional tourism. *Research Result. Business and Service Technologies*, 4(2), 11–19. (In Russ.). <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-2>

Koshcheev, D. A., Isopeskul, O. Yu., & Tretyakova, E. A. (2018). Russian model of regional cluster policy in tourism: theoretical and practical issues. *Russian Journal of Economic Theory*, 15(4), 607–620. (In Russ.). <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2018.15-4.6>

Kovaleva, M. A., & Shchebarova, N. N. (2022). Analysis of the impact of the tourism cluster on the development of the regional economy on the example of the Murmansk region. *Upravlencheskiy Uchet*, 1–2, 231–240. (In Russ.). <https://doi.org/10.25806/uu1-22022231-240>

Kurnosova, E. A. (2015) Methods study of regional tourism market. *Vestnik Molodykh Uchenykh i Specialistov Samarskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 1(6), 103–107. (In Russ.).

Lei, Z., Shanghong, S., & Jie, C. (2024). Study on the influence of global tourism development on the upgrading of county industrial structure. *Heliyon* 10, e39287. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e39287>

Leonidova, E. G. (2022). Priorities and threats for the development of regional tourism. *Russian Journal of Regional Studies*, 3(30), 624–646. (In Russ.). <https://doi.org/10.15507/2413-1407.120.030.202203.624-646>

Lukashenok, T. R., & Okhrimenko, E. I. (2022). Tourism in the region: determinants and development trends at the present stage. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 12(11), 3023–3036. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/epp.12.11.116647>

Makrinova, E. I., Lysenko, V. V., & Falimendikov, I. V. (2020). Priority areas for development and support of domestic tourism under restrictive measures. *Vestnik Belgorodskogo Universiteta Cooperacii, Ekonomiki i Prava*, 6(85), 23–36. (In Russ.). <https://doi.org/10.21295/2223-5639-2020-6-23-36>

Maksanova, L. B. Zh., & Dambueva, M. M. (2016). The regional approaches to improving the system of tourism statistics. *ESSUTM Bulletin*, 1(58), 81–88. (In Russ.).

Maksanova, L. B. Zh., Khrebtova, T. A., & Badmatsyrenova, M. B. (2023). Tourism in the Far Eastern Federal District: current state and developmental prospects. *BSU Bulletin. Economics and Management*, 3, 65–75. (In Russ.). <https://doi.org/10.18101/2304-4446-2023-3-65-75>

Minenkova, V. V., Filobok, A. A., Konovalova, A. V., & Morozov, A. N. (2021). Cruise tourism in the Azov-Black Sea basin of Russia. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(3), 69–83. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1995-0411-2021-3-69-83>

Miroljubova, T. V., Zyryanov, A. I., Myshlyavczeva, S. E., Nikolaev, R. S., Voronchikhina, E. N., & Firsova, A. V. (2023). *Features and development prospects of the domestic and incoming tourism in the regional economy of Perm region*: monograph. Perm: Perm University. (In Russ.).

Mizrachi, I., & Gretzel, U. (2020). Collaborating against COVID-19: bridging travel and travel tech. *Information Technology & Tourism* (pp. 489–496). <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00192-0>

Moroshkina, M. V., & Kondrateva, S. V. (2021). Regional accessibility as a factor in the development of a tourist destination. *Russian Journal of Regional Studies*, 29(1), 60–81. (In Russ.). <https://doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>

Morozov, M. A., & Morozova, N. S. (2021). Regional features of development of tourism infrastructure and their impact on tourism. *Russian Journal of Regional Studies*, 29(3), 588–610. (In Russ.). <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.588-610>

Myakshin, V. N., Shaparov, A. E., & Tikhanova, D. V. (2021). Improving the assessment of the tourism potential of the Russian Arctic. *Economy of Regions*, 17(1), 235–248. (In Russ.). <https://doi.org/10.17059/ekon. reg.2021-1-18>

Nyurenberger, L. B., Novgorodov, P. A., Malgin, A. V., & Petrenko, N. E. (2022). The Russian market of tourist services: state-of-the-art, problems and regional specifics. *Creative Economy*, 16(12), 5079–5100. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/ce.16.12.116658>

Oborin, M. S. (2020a). Religious tourism as a special type of socio-cultural activity. *Services in Russia and Abroad*, 14(2), 147–156. (In Russ.). <https://doi.org/10.24411/1995-042X2020-10213>

Oborin, M. S. (2020b). Educational tourism as a promising development direction of youth travel in Russia. *Services in Russia and Abroad*, 14(3), 86–96. (In Russ.). <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2020-10306>

Oborin, M. S. (2023). A compromise based adaptation strategy for business structure management in crisis. *Perm University Herald. Economy*, 18(4), 389–408. (In Russ.). <https://doi.org/10.17072/1994-9960-2023-4-389-408>

Ovcharenko, L. A., & Lebezova, E. M. (2021). Digitalization as a new paradigm tourism development management. *Age of Quality*, 4, 106–126. (In Russ.).

Pavlova, Yu. Yu. (2022). Problems and prospects of developing rare types of tourism in the Arkhngelsk region. *Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*, 4, 85–93. (In Russ.). <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2022-4-85-93>

Pesotskaya, E. V., Selyutina, L. G. (2021). Marketing concepts in business management in the market of tourist services. *Research Result. Business and Service Technologies*, 7(1), 23–37. (In Russ.). <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2021-7-4-0-3>

- Pjanić, M. (2019). Economic effects of tourism on the world economy. In *4th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era* (pp. 291–305). <https://doi.org/10.31410/tmt.2019.291>
- Plisetsky, E. E., Leonard, K. S., & Ilyina, I. N. (2022). Redefining one-industry towns: targeting tourist development. *Public Administration Issues*, 2, 114–141. (In Russ.). <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2022-0-3-114-141>
- Predvoditeleva, M. D., Reshetnikova, K. V., Pustov, L. Yu., & Golubovskaya, P. A. (2023). Russian travel technological startups in 2020–2023: the adaptation to challenges and development perspectives. *Russian Management Journal*, 21(3), 419–439. (In Russ.). <https://doi.org/10.21638/spbu18.2023.306>
- Primayesa, E., Widodo, W., & Sugiyanto, F. X. (2023). Tourism Spatial Spillover Effect and Economic Growth in Indonesia. *Economika Regiona*, 19(4), 1161–1176. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-4-16>
- Pshenichnykh, Yu. A. (2021). Topical problems of uneven distribution of tourist flows and spatial tourism development in Rostov region. *Services in Russia and Abroad*, 15(3), 119–130. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-3-119-130>
- Robina-Ramírez, R., Torrecilla-Pinero, J., Leal-Solís, A., & Pavón-Pérez, J. A. (2023). Tourism as a driver of economic and social development in underdeveloped regions. *Regional Science Policy & Practice*, 1–19. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12639>
- Romantsova, D. V., & Dotsenko, A. A. (2022). Personnel hunger in the tourism industry of Primorsky Krai. *Services in Russia and Abroad*, 16(2), 112–120. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1995-042X2022-2-112-120>
- Sarancha, M. A. (2020) Assessing competitiveness of the Baltic states in tourism. *Baltiiskii Region*, 12(3), 147–165. (In Russ.). <https://doi.org/10.5922/2078-8555-2020-3-9>
- Semerikova, L. N., Zinchenko, S. V., & Bizhanova, E. M. (2019). Actual problems of uneven distribution of tourist streams. *University Proceedings. Volga Region. Social Sciences*, 1(49), 168–178. (In Russ.). <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2019-1-17>
- Shabalina, N. V., Azina, E. A., & Kashirina, E. S. (2021). The potential of Russian regions for industrial tourism development. *Service and Tourism: Current Challenges*, 15(2), 58–67. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1995-0411-2021-2-58-67>
- Shabanova, L. B., Yusupova, G. R., & Kabirov, I. S. (2022). Transformation of the tourism industry after covid-19 pandemic and sanctions. *Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences*, 7(4), 511–520. (In Russ.). <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-4-511-520>
- Sharma, G. D., Taheri, B., Cichon, D., Parihar, J. S., & Kharbanda, A. (2024). Using innovation and entrepreneurship for creating edge in service firms: A review research of tourism and hospitality industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100572. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100572>
- Shmarkov, M. S., Tsyokhla, S. Yu., Shmarkova, L. I., & Kazakova, M. V. (2024). Gastronomic tourism as a driver of the development of the regional market of tourist services: assessment of the state and prospects. *Research Result. Business and Service Technologies*, 10(4), 67–83. (In Russ.). <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5>
- Shmarkov, M. S., & Shmarkova, L. I. (2024). Assessment and comparison of tourist potential and public ratings of regions for the regional tourist market development (by the example of Orel region). *Russian Journal of Economics and Law*, 18(3), 729–758. (In Russ.). <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2024.3.729-758>
- Shmarkov, M. S., Shmarkova, L. I., & Shmarkova, E. A. (2021). Adaptation of tourism enterprises activities to crisis conditions. *OrelGIET Bulletin*, 2(56), 37–41. (In Russ.). <http://doi.org/10.36683/2076-5347-2021-2-56-37-41>
- Shmarkov, M. S. (2025). *Regional market of tourist services in Orel oblast: transformation and development prospects*. Orel State University. (In Russ.).
- Shnorr, Zh. P. (2023). Improvement of methodological approaches to the assessment of the hotel services regional market development. *Vestnik Belgorodskogo Universiteta Kooperacii, Ekonomiki i Prava*, 3(100), 48–61. (In Russ.). <https://doi.org/10.21295/2223-5639-2023-3-48-61>
- Shpyrnya, O. V., & Koreneva, M. V. (2019). New technologies for tourist services market development. *Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management*, 4, 113–116. (In Russ.). <https://doi.org/10.31775/2305-3100-2019-4-113-116>
- Singh, D., & Alam, Q. (2024). Is tourism expansion the key to economic growth in India? An aggregate-level time series analysis. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), 100126. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100126>
- Sitkevich, D. A. (2024). Resources and barriers to the development of internal tourism in Russian regions: evidence from Dagestan. *Moscow University Economics Bulletin*, 59(1), 203–220. (In Russ.). <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0105-6-59-1-10>
- Sizeneva, L. A. (2018). Methodology for assessing the consumer attractiveness of regional tourist products. *Services in Russia and Abroad*, 12, 3(81), 90–111. (In Russ.). <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2018-10307>
- Stepanova, S. V., & Shulepov, V. I. (2018). Tourist infrastructure in a municipality: approaches to assess. *Vestnik of Volga State University of Technology. Series: Economy and Management*, 4(40), 5–16. (In Russ.). <https://doi.org/10.15350/2306-2800.2018.4.5>
- Stroeva, A. G., Ivolga, A. G., & Elfimova, Yu. M. (2021) Rural tourism as a promising direction for the rural areas development in Russian regions. *Services in Russia and Abroad*, 15, 2(94), 110–120. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-2-110-120>
- Su, Y., Cherian, J., Sial, M., Badulescu, A., Phung Anh, Badulescu, D., & Samad Does, S. (2021). Tourism Affect Economic Growth of China? A Panel Granger Causality Approach. *Sustainability*, 13(3), <https://doi.org/10.3390/su13031349>
- Tan, Y.-T., Gan, P.-T., Hadi, F. S. A., & Gamal, A. A. M. (2025). Tourism's Impact on Economic and Human Development: Evidence from ASEAN 5. *Economika Regiona*, 21(1), 166–179. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2025-1-12>
- Telnykh, V. V. (2019) Market of tourist services of Krasnoyarsk region: trends and features of development. *Fundamentalnye Issledovaniya*, 2, 26–31. (In Russ.).

Troshkina, I. N. (2022). Innovative directions of local tourism development (experience of the Republic of Khakassia). *Services in Russia and Abroad*, 16, 3(100), 64–75. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1995-042X-2022-3-64-75>

Tsvetkov, A. Y. (2023). Prospects of arctic tourism in Russia in current conditions. *Arctic and North*, 51, 233–246. (In Russ.). <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2023.51.233>

Vakhrameeva, M. V., Rozanova, T. P., Salin, V. N., & Shpakovskaya, E. P. (2016). International standards of creating tourism statistics indicators system. *Journal of Legal and Economic Studies*, 3, 95–103. (In Russ.).

Velichkina, A. V. (2014). Assessment of the regional tourism infrastructure development. *Economicheskie i Sotsialnye Peremeny: Fakty, Tendentsii, Prognoz*, 2(32), 239–250. (In Russ.). <https://doi.org/10.15838/esc/2014.2.32.18>

Yankevich, E. M. (2021). Assessment of Social and Economic Effects of Shaping a Regional Tourist Destination. *Right. Economy. Psychology*, 4(24), 59–68. (In Russ.).

Zaburaeva, H. S., & Shaipova, A. A. (2025). Mountain regions of Russia as centers for the development of ecological tourism. *Geology and Geophysics of Russian South*, 15(1), 180–193. (In Russ.). <https://doi.org/10.46698/VNC.2025.26.88.015>

Zeveke, O. Yu., Grishina, T. V., Shadchenko, N. Yu., & Symnikova, L. V. (2019). Review of existing international and Russian methods of evaluation of tourist flow. *Horizons of Economics*, 3(49), 19–28. (In Russ.).

Zhang, J. (2017) Analysis of the factors affecting the efficiency of regional tourism growth in China. In *Proceedings of the 7th International Conference on Education, Management, Information and Mechanical Engineering (EMIM 2017)* (pp. 1601–1605). <https://doi.org/10.2991/emim-17.2017.324>

Zheltnina, Z. Y. (2021). Tourism of the Murmansk region as a driver of territory development. *Obshchestvo: Politika, Ekonomika, Pravo*, 9(98), 65–75. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/pep.2021.9.11>

Zyrianov, A. I., Korolyov, A. Yu., Myshlyavtseva, S. E., & Safaryan, A. A. (2017). Arranging the territories of active tourism in Ural. *Service and Tourism: Current Challenges*, 11(3), 130–141. (In Russ.). <https://doi.org/10.22412/1995-0411-2017-11-3-130-141>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Показатели, используемые в научной литературе при анализе состояния сферы туризма в российских регионах

Показатель	В. В. Тельных (Тельных, 2019)	С. А. Арутюнян, М. В. Яхонтова (Арутюнян, Яхонтова, 2019)	Ю. А. Пшеничных (Пшеничных, 2021)	Е. М. Янкевич (Янкевич, 2021)	Т. В. Миролюбова, А. И. Зырянов, С. Э. Мышляцева, Р. С. Николаев, Е. Н. Ворончихина, А. В. Фирсова (Миролюбова, 2023)	Т. Р. Лукашенко, Е. И. Охрименко (Лукашенко, Охрименко, 2022)	З. Ю. Желнина (Желнина, 2021)	Л. Б.-Ж. Максимова, Т. А. Хребтова, М. Б. Бадмацзыренова (Максимова и др., 2023)	Э. А. Хаирова (Хаирова, 2020)	И. Н. Трошкина (Трошкина, 2022)	О. В. Ивлева, Е. В. Шабляускене (Ивлева, Шабляускене, 2024)	М. А. Саранча (Саранча, 2020)
Число КСР/численность КСР	+	+						+			+	
Число классифицированных средств размещения								+				
Количество санаторно-курортных учреждений				+				+				
Число номеров в КСР					+					+	+	
Количество мест в КСР	+				+							
Численность лиц, обслуженных в КСР					+							
Численность лиц/граждан, размещенных в КСР		+	+		+	+	+	+		+	+	
Численность иностранных граждан, размещенных в КСР			+								+	

Продолжение приложения

Показатель	В. В. Тельных (Тельных, 2019)	С. А. Арутюнян, М. В. Яхонтова (Арутюнян, Яхонтова, 2019)	Ю. А. Пшеничных (Пшеничных, 2021)	Е. М. Янкевич (Янкевич, 2021)	Т. В. Миролюбова, А. И. Зырянов, С. Э. Мышлавецова, Р. С. Николаев, Е. Н. Ворончихина, А. В. Фирсова (Миролюбова, 2023)	Т. Р. Лукашенко, Е. И. Охрименко (Лукашенко, Охрименко, 2022)	З. Ю. Желнина (Желнина, 2021)	Л. Б.-Ж. Максимова, Т. А. Хребтова, М. Б. Бадмацзыренова (Максимова и др., 2023)	Э. А. Хаирова (Хаирова, 2020)	И. Н. Трошкина (Трошкина, 2022)	О. В. Ивлева, Е. В. Шаблюскене (Ивлева, Шаблюскене, 2024)	М. А. Саранча (Саранча, 2020)
Удельный вес российских и иностранных граждан, размещенных в КСР										+		
Площадь номерного фонда КСР										+		
Число ночевков в КСР				+	+							
Коэффициент использования номерного фонда					+							
Число лиц, обслуженных в КСР					+							
Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, санаторно-курортных организаций					+							
Объем доходов КСР		+	+	+	+							
Инвестиции в основной капитал средств размещения										+		
Число турфирм	+	+	+			+						+
Количество туроператоров		+						+	+			
Число турагентов		+										
Число занимающихся экскурсионной деятельностью		+										
Количество лиц, работающих в туристических фирмах	+									+		+
Доходы турфирм/средства, поступившие от реализации туристского продукта			+									+
Объем доходов туроператоров, турагентств, услуг по бронированию и прочих сопутствующих					+							
Число/стоимость реализованных населению туристских путевок/турпакетов	+	+										
Количество рабочих мест в сфере туризма				+								
Доли услуг в области туризма в общей структуре платных услуг населению					+							
Туристский поток								+			+	
Число туристов, отправленных турфирмами по России						+	+					
Количество туристов в регионе							+			+		

Показатель	В. В. Тельных (Тельных, 2019)	С. А. Арутюнян, М. В. Яхонтова (Арутюнян, Яхонтова, 2019)	Ю. А. Пшеничных (Пшеничных, 2021)	Е. М. Янкевич (Янкевич, 2021)	Т. В. Миролюбова, А. И. Зырянов, С. Э. Мышлянцева, Р. С. Николаев, Е. Н. Ворончихина, А. В. Фирсова (Миролюбова, 2023)	Т. Р. Лукашенко, Е. И. Охрименко (Лукашенко, Охрименко, 2022)	З. Ю. Желина (Желина, 2021)	Л. Б.-Ж. Максанова, Т. А. Хребтова, М. Б. Бадмацзыренова (Максанова и др., 2023)	Э. А. Хаирова (Хаирова, 2020)	И. Н. Трошкина (Трошкина, 2022)	О. В. Ивлева, Е. В. Шабляускене (Ивлева, Шабляускене, 2024)	М. А. Саранча (Саранча, 2020)
Структура туристского потока в регион									+			
Число прибытий иностранных граждан и граждан РФ											+	
Число организованных туристов и экскурсантов				+								
Рост заработной платы занятых в сфере туризма				+								
Объем платных услуг в области туризма на душу населения					+							
Индекс внутреннего туризма							+					
Выручка объектов розничной торговли и розничного питания / оборот общественного питания	+		+	+								
Доходы от предоставляемых услуг / размер поступлений в бюджет				+		+						
Объем платных услуг населению								+		+		
Вклад в занятость населения сферы гостиниц и предприятий общественного питания			+									
Число реализованных услуг населению									+			
Стоимость реализованных услуг населению									+			
Средняя цена обеда						+						
Объем расходов домашних хозяйств на услуги центров отдыха и туризм							+					
Число культурных объектов (музеи, театры, зоопарки, цирки и др.)	+		+									
Количество сертифицированных горнолыжных трасс								+				
Количество особо охраняемых природных территорий федерального значения								+				
Объем налоговых поступлений туристско-рекреационной сферы									+	+		
Валовая добавленная стоимость туристской индустрии											+	

Окончание приложения

Показатель	В. В. Тельных (Тельных, 2019)	С. А. Арутюнян, М. В. Яхонтова (Арутюнян, Яхонтова, 2019)	Ю. А. Пшеничных (Пшеничных, 2021)	Е. М. Янкевич (Янкевич, 2021)	Т. В. Миролюбова, А. И. Зырянов, С. Э. Мышлянцева, Р. С. Николаев, Е. Н. Ворончихина, А. В. Фирсова (Миролюбова, 2023)	Т. Р. Лукашенко, Е. И. Охрименко (Лукашенко, Охрименко, 2022)	З. Ю. Желнина (Желнина, 2021)	Л. Б.-Ж. Максанова, Т. А. Хребтова, М. Б. Бадмацзыренова (Максанова и др., 2023)	Э. А. Хайрова (Хайрова, 2020)	И. Н. Трошкина (Трошкина, 2022)	О. В. Ивлева, Е. В. Шабляускене (Ивлева, Шабляускене, 2024)	М. А. Саранча (Саранча, 2020)
Размер налогов, поступивших в бюджет				+								
Удельный вес доходов от туризма в ВВП (ВРП) / доля туристской добавленной стоимости в ВРП			+	+								
Туристские запросы в Интернете												+

Представленный перечень отражает наиболее востребованные показатели и не является исчерпывающим по причине весьма большого спектра используемых показателей и разночтений в их понимании (что выявлено при проведении обзора и следует из приведенных в таблице сведений). Нюансы их интерпретаций или детализаций определяют различия в подходах.

Вклад автора

Автор подтверждает, что полностью отвечает за все аспекты представленной работы.

Author's contribution

The author confirms sole responsibility for all aspects of the work.

Конфликт интересов / Conflict of Interest

Автором не заявлен / No conflict of interest is declared by the author

История статьи / Article history

Дата поступления / Received 18.08.2025

Дата одобрения после рецензирования / Date of approval after reviewing 11.11.2025

Дата принятия в печать / Accepted 11.11.2025