



# Современные тенденции развития рынка туристских услуг и их статистического наблюдения\*

**Цель исследования** состоит в выявлении тенденций развития сферы туризма и оценке возможностей применяемой методологии по формированию официальной статистической информации; полно и точно их учитывать. Поставлены задачи по проведению анализа факторов развития туристских услуг в России и за рубежом, а также по выявлению тенденций, требующих адаптации методологии статистического обследования услуг в сфере туризма.

**Материалы и методы** включают эмпирические данные и их анализ в контексте теории статистики туризма и цифровизации экономических отношений на основе цифровых платформ. Методическое обеспечение исследования составляют материалы Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО) и национальных статистических служб по проблемам статистики туризма. Источником фактических данных являются Росстат, ВЦИОМ, российские профессиональные туристские организации, СПАРК-Интерфакс.

**Результаты:** фактор цифровизации экономических отношений оказывает существенное влияние на трансформацию рынка туристских услуг во всем мире. Дополнительное влияние на российскую туристскую индустрию оказывают региональные факторы государственной политики поддержки туризма и некоторых зарубежных стран по ограничению экономической деятельности. Совокупное влияние факторов определяет устойчивые

тенденции рынка туристских услуг, которые состоят в росте внутреннего туризма, самостоятельного туризма, а также в увеличении самозанятых, осуществляющих индивидуальную профессиональную деятельность. Анализ современного статистического аппарата выявил ряд проблем в статистическом обследовании по учету туристских услуг, оказанных туристам самозанятыми и индивидуальными средствами размещения.

**Заключение:** под влиянием нескольких факторов в сфере туризма происходят изменения, которые необходимо учитывать в развитии методологии статистики туризма. Цифровые платформы являются крупным каналом продаж для туристских услуг, размер, которого оценивается в 30% от объема рынка. Цифровые платформы, проводя почти одну треть рынка туристских транзакций обладают данными, которые имеют высокий потенциал для улучшения качества статистического обследования. Преимущества данных, захватываемых платформами, состоят в том, что они содержат сведения о месте, качестве, времени и стоимости туристских услуг. Реализация этих преимуществ требует разработки соответствующего нормативного и методологического обеспечения.

**Ключевые слова:** статистика туризма, платформенная экономика, ненаблюдаемая деятельность, альтернативный источник, платформа, цифровая экосистема.

Alexander V. Khoroshilov<sup>1</sup>, Natalya V. Dneprovskaya<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

<sup>2</sup> Financial University under Government of Russian Federation, Moscow, Russia

# Current Trends in the Development of Tourism Services Market and Their Statistical Survey

**The purpose of this study** is to identify trends in the development of the tourism sector and assess the potential of the applied methodology for generating official statistical information; to take these trends into account fully and accurately. The objectives include analyzing factors affecting tourism services development in Russia and abroad, as well as identifying trends requiring adaptation of the methodology for statistical surveys of tourism services.

**The materials and methods.** The study includes empirical data and its analysis in the context of tourism statistics theory and the digitalization of economic relations based on digital platforms. The methodological support for the study comes from materials of

the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) and national statistical services on tourism statistics. The sources of factual data include Rosstat, Russian Public Opinion Research Center, Russian professional tourism organizations, and SPARK-Interfax.

**Research results:** the digitalization factor of economic relations has a significant impact on the development of tourism services market worldwide. Regional factors of the state policy of supporting tourism and some foreign countries to limit economic activity have an additional impact on the Russian tourism industry. The combined influence of factors determines the stable trends of tourism services

\* Статья подготовлена в рамках выполнения НИР «Разработка рекомендаций по актуализации действующих критериев формирования выборочных совокупностей объектов наблюдения в области туризма с учетом использования дополнительной информации о респондентах из административных и иных открытых источников данных» по заказу Росстата, 2025 г., рег. № НИОКТР 125032604401-2, заказчиком которой является Управление статистики рыночных услуг Росстата, которому авторы выражают искреннюю благодарность за сотрудничество.

market, which include the growth of domestic tourism, independent tourism, as well as an increase in the self-employed engaged in individual professional activities. An analysis of the modern statistical tools revealed a number of problems in the statistical survey on the accounting of tourist services provided to tourists by self-employed and individual accommodation facilities.

**Conclusion.** Under the influence of several factors, changes are taking place in the field of tourism, which must be considered in the development of the methodology of tourism statistics. Digital platforms are a major sales channel for travel services, estimated at 30% of

the market volume. Digital platforms, providing almost one third of the tourist transaction market, have data with a high potential to improve the quality of statistical surveys. The advantages of the data captured by the platforms are that they contain information about the location, quality, time, and cost of travel services. The realization of these advantages requires the development of appropriate regulatory and methodological support.

**Keywords:** tourism statistics, platform economy, unobserved activity, alternative source, platform, digital ecosystem.

## Введение

Развитие туризма входит в национальные проекты России как направление для социального, экономического и культурного развития страны и ее регионов. Актуальные статистические данные представляют высокую важность для информационной поддержки федеральной и региональной политики в сфере туризма. На основе данных статистики разрабатываются стратегия, программы и мероприятия развития туризма, проводится оценка их эффективности. Важнейшей характеристикой статистической информации является ее качество, измеряемое полнотой и точностью.

Отрасль туризма за последнее десятилетие подверглась существенным трансформациям. В большей части эти трансформации состоят в информационно-технологическом преобразовании оказания самих услуг, а также средств их доставки и потребления. Появление цифровых платформ позволило туристам самостоятельно организовывать путешествия от приобретения билетов на транспорт и бронирования мест проживания до организации участия в культурных или спортивных мероприятиях. Реализация государственной политики по поддержке туризма и его отдельных направлений как сельский, инклюзивный, социальный привели к росту туристического потока, изменениям в спросе и предложении туристских и сопутствующих туризму услуг. Дополнительным стимулом к развитию ту-

риндустрии в России послужили геополитические факторы, препятствующие выездному туризму граждан.

Одной из актуальных проблем статистики туризма является необходимость совершенствования методологии статистического наблюдения в секторе платных туристских услуг с учетом современных тенденций развития сферы туризма.

В рамках проведенного исследования, областью которого являлось статистическое наблюдение за туристскими платными услугами, были выявлены тенденции развития сферы туризма, требующие адаптации методологии статистического наблюдения в секторе платных туристских услуг, а также проведена оценка возможности применяемой в настоящее время методологии по формированию официальной статистической информации полно и точно их учитывать.

Был проведен анализ международной практики развития статистики туризма, рекомендаций Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО) и других международных туристских организаций, опыта национальных статистических служб и научной литературы по проблемам статистики туризма, выявлены и проанализированы основные факторы развития туризма в Российской Федерации.

Методологическую основу исследования составили теория статистики туризма [1,2] и теория цифровизации экономических отношений на основе платформ [3,4]. В исследовании использовались официальные документы ООН

[5–8] и Росстата [9,10], а в качестве источников фактических данных выступили информационные ресурсы Росстата, ВЦИОМ, российских профессиональных туристских организаций и объединений (РСТ, АТОР и др.), платформа данных Statista, а также СПАРК-Интерфакс.

## Обзор международной и российской практики по развитию статистики туризма

Международные рекомендации по статистике туризма, разработанные ООН и Всемирной туристской организацией для стандартизации сбора и анализа туристской статистики во всем мире [7] содержат общее определение туризма как «деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, на срок, не превышающий одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями, не связанными с осуществлением деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте» и туристской услуги как услуги, «которая удовлетворяет потребности посетителей (туристов и экскурсантов) во время их поездки».

Российские исследователи статистики туризма [2,11–13] определяют сферу туризма как межотраслевую, требующую многофакторного статистического обследования. Международные рекомендации включают «Перечень потребительских продуктов, сгруппированных по целям в соот-

ветствии с их классификацией как характерных для туризма продуктов, сопоставимых на международном уровне», который состоит из порядка 90 наименований, распределенных по категориям: услуги по размещению (отели, хостелы и т.д.); услуги общественного питания (рестораны, кафе); транспортные услуги (авиа-, ж/д, автобусные перевозки, прокат автомобилей); услуги туристических агентств и туроператоров (организация поездок); услуги гидов-переводчиков и экскурсоводов; услуги в сфере культуры, спорта и рекреации (музеи, театры, спортивные мероприятия). Данные, характеризующие сферу туризма рассеяны по нескольким экономическим видам деятельности, что осложняет их выявление и обработку в соответствии с требованиями целостности, полноты и точности.

А.Ю. Александрова [14] указывает на то, что целостность статистики туризма обеспечивается интегрированностью статистических исследований на макро, мезо и микро уровнях. Макроуровень представлен федеральными и региональными органами власти, которые регулируют и управляют развитием экономических отношений в области туризма. Современные статистические обследования на мезоуровне включают туроператоров, которые предоставляют статистические формы отчетности «Сведения о деятельности туроператора в области въездного и выездного туризма» (форма N 1-ПОЕЗДКИ), «Сведения о деятельности туристско-информационного центра» (форма N 1-ТИЦ). На микроуровне находятся поставщики туристских услуг и продуктов. Микроуровень сферы туризма охватывается статистическим наблюдением посредством форм: «Сведения о деятельности туристской фирмы» (форма N 1-турфирма), «Сведения

о деятельности коллективного средства размещения» (форма N 1-КСР), «Сведения об объеме платных услуг населению по видам» (форма N П (услуги)) и другие.

Несмотря на высокий уровень развития статистического аппарата в России, часть сферы туризма не охватывается формами статистической отчетности. С.Э. Мышлявцева [15] выделяет пробелы в методологии статистики туризма по отделению туристов и однодневных посетителей от местных жителей; учете туристов, ночующих в палатках, а также туристов, которые останавливаются в индивидуальных средствах размещения; учете экскурсантов (однодневных посетителей), которые не посещают культурно-досуговые учреждения. Статистические формы не учитывают туристов, которые предпочитают индивидуальные средства размещения коллективным (КСР). Индивидуальные средства размещения (ИСР) – это средства размещения общей площадью не более 500 кв. м, используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения. Опрос ВЦИОМ [16] показывает, что 18 % туристов останавливаются в ИСР вовремя путешествий и 8% туристов путешествуют с палатками. Автор [15] для восполнения недостающих сведений обосновывает необходимость в проведении обследования домашних хозяйств посредством опроса.

Исследование современной информационной среды туристической индустрии приобретает особую значимость для статистики услуг ввиду ее сложной структуры и неоднородности. Современная информационная среда характеризуется разнообразием источников данных, увеличением объема данных и форматов их рас-

пространения благодаря цифровизации общества. Тенденции развития сферы туризма и общества в целом обеспечивают условия для использования в статистике альтернативных источников данных. Большие данные мобильных операторов и социальных сетей представляют интерес для статистики туризма, но только частично могут охарактеризовать туристические потоки. Новые технологии больших данных имеют потенциал нейтрализации недостатков сбора первичных статистических данных посредством форм отчетности [17]. А.Е. Суринов [18] анализируя возможности больших данных для использования в статистике туризма приходит к выводу о неспособности больших данных предоставить полную информацию для составления таблиц вспомогательного счета туризма. Несмотря на интенсивное развитие технологий больших данных и реорганизацию государственной системы открытых данных в России, только государственные информационные системы в качестве альтернативного источника данных удовлетворяют требованиям статистического обследования. Сравнительный анализ альтернативных источников данных в статистике туризма приведен в таблице 1.

Обзор международного опыта использования больших данных при формировании официальной статистики показывает их существенные ограничения [19]. Применение альтернативного источника данных в целях статистического обследования требует тщательного изучения документационного обеспечения работы с конкретным источником, условий доступа и оценки качества самих данных. Тенденции развития сферы туризма должны быть исследованы для выработки методологического подхода к закрытию лакунов в статистике туризма.

**Сравнительный анализ альтернативных источников данных в статистике**  
**Comparative analysis of alternative data sources in statistics**

	Свойство данных	Альтернативные источники данных		
		Государственные информационные системы	Открытые данные	Большие данные
1	Правообладатель	Федеральные и региональные власти, ведомства	Государственные и частные	Частные организации
2	Доступ к данным	Регулируется нормативными актами	Свободный доступ на основе открытой лицензии или нормативно-правовых актов	Соглашение, договор
3	Формат предоставляемых сведений	Структурированные или частично структурированные	Структурированные или частично структурированные, неструктурированные	Структурированные или частично структурированные, неструктурированные
4	Форма сведений	Табличная	Табличная, текстовая, графическая	Табличная, текстовая, графическая
5	Применение правил при создании и распространении данных	Нормативно-правовой акт	Нормативно-правовой акт	По решению правообладателя
6	Оперативность создания данных	С заданными интервалами	Ретроспективная публикация	С минимальными задержками, в потоковом формате
7	Обязательство по обеспечению полноты и точности данных	Применимо	Не применимо	В соответствии с заключенным соглашением
8	Применение официальных классификаторов	Вариативно	Вариативно	Вариативно
9	Наличие утвержденной методологии формирования данных	Вариативно	Вариативно	Вариативно

Источник: адаптировано и дополнено [18].

Source: adapted and supplemented [18].

### Анализ факторов развития рынка туристских услуг

Главной движущей силой изменений в мировой экономике является цифровизация общества. Мировая туриндустрия одной из первых подверглась цифровой трансформации.

Одним из ключевых изменений является увеличение доли онлайн-сервисов бронирования путешествий. Согласно исследованиям последних лет, большинство туристов предпочитают бронировать туры, отели и авиабилеты через цифровые платформы, такие как Booking.com, Expedia и Airbnb. Это связано с удобством сравнения цен, наличием отзывов пользователей и возможностью быстрого оформления заказа.

Глобальный фактор цифровизации, региональный фактор ограничений и национальный фактор поддержки приводят к различиям в развитии мирового и российско-

го рынка (таблица 2). Анализ развития туризма в мире показывает, что основной фокус мирового рынка туризма – это глобализация и открытость, а в России – это импортозамеще-

ние и внутренний туризм при критическом геополитическом влиянии, определяющим практически все процессы.

Пути развития российского туризма отличаются от обще-

Таблица 2 / Table 2

**Сравнительный анализ факторов на мировой и российский рынок туристских услуг, 2022–2025 гг.**

**Comparative analysis of the factors on the global and Russian tourism services market, 2022 – 2025**

Область изменений	Мировой рынок	Российский рынок
Въездной туризм	Рост, диверсификация	Резкое падение, переориентация на СНГ, Азию и Ближний Восток
Внутренний туризм	Стабильный сегмент	Основной двигатель рынка, драйвер развития
Выездной туризм	Широкий выбор направлений	Ограничен санкционными мерами некоторых зарубежных стран
Цифровая инфраструктура	Глобальные платформы бронирования (Booking.com, Airbnb.com, Tripster.com и т.п.)	Российские платформы (Островок!, Спутник и т.д.) и расширение цифровых экосистем (Озон, Яндекс, Сбер)
Геополитическое влияние	Минимальное	Критическое, определяет все процессы
Основной фокус	Глобализация, открытость	Импортозамещение, самодостаточность

мировых трендов и его темпы уступают темпам развития мирового туристского рынка. В мировом контексте Россия, к сожалению, рискует выпасть из глобальной туристской экосистемы, что замедлит обмен опытом, технологиями и туристическими потоками. Вместе с тем российский туризм имеет как точки роста, так и системные вызовы, в условиях которых Россия постепенно восстанавливает своё положение на международном рынке туризма, предлагая разнообразные маршруты и привлекательные условия для путешествий как внутри страны, так и за её пределами.

#### **Фактор цифровизации экономических отношений**

Цифровизация сферы туризма происходит главным образом на основе цифровых платформ. Расширение сфер деятельности платформ и их объединение в рамках цифровой экосистемы послужило основанием для формирования понятия «платформенная экономика» [20]. Влияние платформ на развитие туризма объясняется тем, что туристы получают удобные онлайн-инструменты поиска, изучения, сравнения и выбора поставщиков туристских услуг. В цифровой среде доступны услуги бронирования проживания, экскурсий, туров, прокат автомобиля и туристского снаряжения, а также полезная туристам дополнительная информация в виде отзывов и рекомендаций. Преимущество платформ обеспечивается тем, что они консолидируют социальный интеллектуальный капитал туристов, предоставляя туристам возможность делиться своим опытом путешествий и отзывами [4]. Главная привлекательность цифровой платформы для потребителей и поставщиков состоит в кардинальном снижении транзакционных издержек на оформ-

ление заказа и заключение договора [3,4].

Деятельность самих платформ можно охарактеризовать как посредническую, так как их выручка состоит в комиссионном вознаграждении за установление взаимодействия между туристом и поставщиком туристских услуг. Сама платформа непосредственно не оказывает туристских услуг, не обладает ресурсами для этой деятельности, но обеспечивает формирование социального интеллектуального капитала за счет установления взаимовыгодных отношений с потребителями (туристами) и поставщиками туристских услуг по размещению, организации туров и экскурсий. В сфере туризма услуга создается и потребляется в реальном мире, который сейчас принято обозначать как оффлайн. В электронной среде при посредничестве платформы происходит поиск, выбор контрагентов и заключение сделки. Потребители в процессе покупки вносят свой вклад в улучшение самой платформы и услуг поставщиков через публикацию своих отзывов и рекомендаций. Удобство и популярность цифровых платформ при планировании путешествий способствует агрегации сведений о значительном объеме услуг, но не исключает возможности прямого взаимодействия между поставщиком услуг и туристом.

Цифровые платформы по бронированию мест временного проживания являются двухсторонними, где с одной стороны туристы получают возможность подбора вариантов, отвечающих их требованиям, а с другой стороны объекты, оказывающие услуги размещения, получают возможность быть представленными в поисковой массе средств размещения. По двухстороннему принципу работают платформы бронирования экскурсий и многодневных

туров, обеспечивая взаимодействие между туристами и экскурсоводами, гидами.

В отчете платформы данных Statista [21] по цифровым услугам в России указывается выручка цифровых платформ по бронированию средств размещения, туров, билетов на междугородний транспорт в размере 532 млрд рублей в 2023 г. Statista приводит данные со ссылкой на Центральный Банк России и Российскую ассоциацию электротехнических компаний (РАЭК). Темпы роста выручки разных цифровых платформ существенно различаются между собой. Так, за пять лет выручка платформы «101Hotels» выросла в 40 раз, а платформы «Суточно.ру» в 180 раз. В 2024 г. около 90% онлайн-бронирований мест проживания туристов приходится на три платформы: «Островок!», «Суточно.ру», OneTwoTrip. Наибольший объем выручки и темпы роста демонстрируют специализированные платформы для бронирования проживания в коллективных или индивидуальных средствах размещения. Сравнительно меньший темп роста демонстрируют платформы для бронирования экскурсий и индивидуальных туров (SPUTNIK, You Travel.ME). Существенную конкуренцию на рынке онлайн-бронирований составляют цифровые экосистемы, которые масштабируют свою деятельность и включают сервисы по бронированию мест размещения для деловых и туристских поездок. Данные по популярным цифровым платформам и экосистемам приведены в таблице 3.

Таблица 3 содержит сведения по объему выручки платформ, которая характеризует масштаб ее деятельности. Из-за невозможности из совокупной выручки экосистемы выделить часть, полученную специализированными цифровыми сервисами для туристов, све-

**Цифровые платформы в сфере туризма**  
**Digital platforms in the tourism industry**

	Платформа	Организация – оператор платформы	Выручка в 2024 г. в млн руб.	Количество скачиваний мобильного приложения	
				GooglePlay	RuStore
1	Островок! <a href="https://ostrovok.ru/">https://ostrovok.ru/</a>	ООО "БРОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЦ", ИНН 7703389880, ОГРН 1157746695644	8 055	> 1 млн	>200 тыс.
2	Суточно.ру <a href="https://www.sutochno.ru/">https://www.sutochno.ru/</a>	АО "СУТОЧНО", ИНН 7300037501, ОГРН 1247300009560	5 369	> 1 млн	>200 тыс.
3	OneTwoTrip <a href="https://www.onetwotrip.com/">https://www.onetwotrip.com/</a>	ООО "Вайт Тревел", ИНН 7707770166, ОГРН 1127746124989	4 920	> 5 млн	>20 тыс.
4	101 Hotels <a href="https://101hotels.com/">https://101hotels.com/</a>	ООО "ОНЛАЙН ИННОВАЦИИ", ИНН 7703470348, ОГРН 1197746079013	1 174	>100 тыс.	>20 тыс.
5	Bronevik <a href="https://bronevik.com/ru/">https://bronevik.com/ru/</a>	ООО "КОМПАНИЯ БРОНЕВИК"	956	>100 тыс.	–
6	Твил <a href="https://tvil.ru/">https://tvil.ru/</a>	ООО "ТВИЛ СОФТ", ИНН 9731077781, ОГРН 1217700160061	623	>100 тыс.	>20 тыс.
7	SPUTNIK <a href="https://www.sputnik8.com/">https://www.sputnik8.com/</a>	ООО «Спутник», ИНН 7814547081, ОГРН 1127847461136	708	> 100 тыс.	–
8	ТурСлёт <a href="https://turslet.ru">https://turslet.ru</a>	ООО «МСУ Тех», ИНН 7801483715		> 100 тыс.	> 10 тыс.
9	You Travel.ME <a href="https://youtravel.me/">https://youtravel.me/</a>	ООО «Ютревелми» ОГРН 1185476020432 ИНН 5405021086	265	> 10 тыс.	> 1 тыс.
10	Отелло <a href="https://otello.ru/">https://otello.ru/</a> Экосистема Сбер	ООО «ДубльГИС», ИНН 5405276278 · ОГРН 1045401929847		> 1 млн	> 40 тыс.
11	Яндекс.Путешествия <a href="https://travel.yandex.ru/">https://travel.yandex.ru/</a> Экосистема Яндекс	МКПАО "ЯНДЕКС", ИНН 3900019850 · ОГРН 1233900014699		> 1 млн	>200 тыс.
12	Жилье для путешествий <a href="https://www.avito.ru/">https://www.avito.ru/</a> (посуточная аренда) Экосистема Авито	ООО «КЕХ ЕКОММЕРЦ», ИНН: 7710668349, ОГРН: 5077746422859		–	> 8 млн
13	Ozon Travel <a href="https://www.ozon.ru/travel/">https://www.ozon.ru/travel/</a> Экосистема Ozon	ООО «ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ», ИНН: 7704217370 ОГРН: 1027739244741		> 100 млн	> 5 млн
14	Посуточная аренда Экосистема ЦИАН <a href="https://cian.ru/">https://cian.ru/</a>	ООО "АЙРИЭЛТОР", ИНН 7718935772, ОГРН 1137746481190		> 10 млн	>500 тыс.
15	WB travel <a href="https://www.wildberries.ru/travel/">https://www.wildberries.ru/travel/</a> Экосистема Wildberries	ООО "ВАЙЛДБЕРРИЗ" (ИНН 7721546864 · ОГРН 1067746062449)		> 100 млн	> 11 млн

Источник: составлено авторами на основе данных веб-аналитики и СПАРК-Интерфакс, 2025 г.

Source: compiled by the authors based on web analytics and SPARK-Interfax data, 2025.

дения для экосистемы не проводятся. На востребованность платформы и экосистемы указывает количество скачиваний мобильного приложения платформы. Мобильные приложения по объему продаж и пользовательскому трафику превосходят веб-приложения платформ в виде веб-сайтов [22]. Во время путешествий туристы используют мобильные приложения на смартфоне для взаимодействий как с самой платформой, так и с выбранными поставщиками услуг. По количеству установок можно

судить о социальном капитале платформы (численность пользователей и взаимодействие с ними), являющимся ключевым в деятельности платформы.

Цифровые платформы и экосистемы являются быстрорастущим каналом продаж для поставщиков услуг в сфере туризма, поддерживают самостоятельный туризм, доля которого растет в туриндустрии, обеспечивают профессиональную занятость индивидуальным поставщикам услуг размещения, гидам, переводчикам. Предварительная оценка объема плат-

ных услуг, оказываемых КСР и ИСР при посредничестве специализированных цифровых платформ, составляет около 175 млрд рублей в 2024 г., что превышает 30% объема оказанных платных услуг в сфере туризма. Оценка объема услуг, оказанных при содействии цифровой платформы, проведена на финансовых данных о деятельности платформ, полученных из СПАРК-Интерфакс, и минимальном размере комиссии платформы в 10%. Цифровые платформы оказывают существенное влия-

ние на развитие туризма и туриндустрии в целом.

Востребованность сервисов бронирования мест проживания в рамках крупных цифровых экосистем объясняется удобством «бесшовного» использования комплекса сервисов, возможностью управлять несколькими своими услугами из одного мобильного приложения. По состоянию на июнь 2025 г. в некоторых экосистемах отсутствуют туристские сервисы: Mail.ru, VK, ВТБ и др. Экосистемы обладают существенным социальным капиталом, а пользователи высоко ценят удобство бесшовного доступа к многообразным цифровым сервисам от банковского перевода до аренды самоката.

Анализ показывает, что количество платформ и экосистем, включенных в сферу туризма, составляет более 15. Опыт развития цифровых платформ в других сферах экономики указывает на низкую вероятность кардинального увлечения их численности. Миграция пользователей между платформами происходит в случае неудовлетворительного качества предоставляемых услуг или появления нового привлекательного предложения у конкурентов [3].

### Региональные факторы

Большое влияние на развитие туриндустрии и ее место в международной оказывают политические решения. После COVID-19 мировой рынок полностью восстановился и перешел к активному росту. На фоне международного туристского бума за счет отложенного на период ограниченного спроса на путешествия, российская туриндустрия столкнулась с рядом вызовов, приведших к продолжению спада во въездном и выездном туризме. Ряд новых ограничений, введенных зарубежными странами с 2022 г., на авиа-

сообщение, выдачу виз, использование зарубежных платежных систем и др. привели к перераспределению въездных и выездных туристских потоков. Среди современных лидеров въезда — Казахстан, Белоруссия, Киргизия, Узбекистан и другие страны СНГ, государства Ближнего Востока и Азии (Китай, Индия, Иран), Саудовская Аравия, ОАЭ.

Системная национальная политика по развитию туриндустрии в России направлена на создание инфраструктуры, повышение безопасности и качества туризма, обеспечивает устойчивость отрасли за счет внутреннего туризма и формирования новых направлений для въездного и выездного туризма. Туризм становится высококонкурентной отраслью, где есть место крупным и небольшим операторам, которые предлагают уникальные маршруты и специализированные услуги, привлекающие клиентов, желающих получить индивидуальный опыт. Например, растущую популярность приобретают тематические путешествия, экологический туризм и культурные экскурсии. Экологическое сознание потребителей растет, и туристы предпочитают направления, поддерживающие устойчивое развитие природы и местных сообществ. Такие виды отдыха становятся популярными благодаря заботе о сохранении окружающей среды и поддержке местного населения.

Российский цифровой бизнес до 2022 г. находился под большим влиянием зарубежных цифровых технологий, платформ и бизнес-моделей. Введение зарубежными странами ограничений в области ИТ и финансовой деятельности, а также уход зарубежных ИТ-провайдеров из российской экономической системы привел к росту популярности российских платформ в области туризма. На протяжении последних пяти лет наблюдает-

ся интенсивное развитие российских цифровых платформ и появление новых цифровых сервисов. Российские компании активно осваивают освободившийся рынок после ухода зарубежных ИТ-компаний и международных платежных систем, а также обеспечивают развитие и рост туристской индустрии. Рис. 1 демонстрирует динамику выручки популярных российских платформ в сфере туризма за период 2019–2024 гг.

Совокупность глобальных и региональных факторов, воздействующих на сферу туризма в России, привела к тому, что российские цифровые платформы полностью заменили зарубежные на рынке внутреннего туризма. Сложилась нехарактерная для международной практики ситуация, когда в регионе лидируют национальные цифровые платформы, а не глобальные (Booking.com, Airbnb, Expedia Group, TripAdvisor). Российские цифровые платформы как часть экономической системы должны рассматриваться как потенциальный источник данных для статистики туризма, использование которого поможет преодолеть проблемы в статистике туризма.

### Тенденции развития рынка туристских услуг и их охват статистическим наблюдением

В настоящее время наблюдаются положительные тенденции роста и признания значимости данной сферы туризма для экономики. Растет рынок туристских услуг, расширяется область профессиональной занятости для населения. Глобальный фактор цифровизации создает условия для формирования устойчивых тенденций развития туризма во всем мире. Региональные факторы российского туризма обеспечивают развитие самой цифровизации на основе российских инфраструктурных,

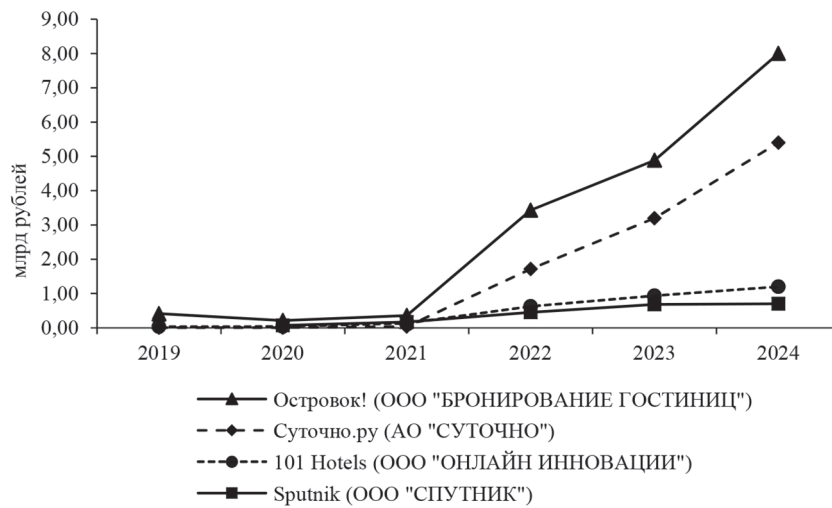


Рис. 1. Выручка онлайн-платформ по бронированию мест размещения и экскурсий в млрд рублей, 2019–2024.

Fig. 1. Revenue of online platforms for booking accommodations and excursions in billions of rubles, 2019 – 2024.

Источник: составлено по данным отчетов о прибылях и убытках (форма 2), полученных в СПАРК-Интерфакс.

Source: compiled based on data from profit and loss statements (Form 2), received from SPARK-Interfax.

программных и платформенных решений. Российскую туристическую индустрию от большинства других стран отличает доминирование национальных цифровых платформ, а не зарубежных. Приоритет национальных платформенных решений наблюдается также в Китае.

Первая тенденция развития туризма состоит в преобладании **самостоятельного туризма** над туризмом, который организован турфирмами и туроператорами. Туристы все чаще без помощи специализированных туристических фирм планируют и совершают путешествие, самостоятельно приобретают проездные билеты, бронируют места для ночлега и договариваются об экскурсиях. Выводы А.О. Овчарова [12] и А.Ю. Александровой [14] о росте самостоятельного туризма подтверждают актуальные данные социологических опросов [23]. Результаты опроса, проведенного ВЦИОМ в 2025 г., выявили что 84% российских туристов самостоятельно бронируют билеты и места проживания, включая 61 % туристов, которые для этой цели используют цифровую плат-

форму. Услугами туристического агентства или оператора используют только 11% туристов. Результаты опроса также показывают, что 49% туристов путешествуют на автомобиле [16], а 33% туристов проживают у своих родственников или друзей. Многие российские туристы выбирают индивидуальные путешествия, отказываясь от пакетных предложений крупных операторов. Это позволяет создать уникальный маршрут, соответствующий личным предпочтениям каждого туриста.

**Рост внутреннего туризма** является второй тенденцией, которая наблюдается в России и за рубежом [12]. COVID-19 оказал значительное влияние на мировую индустрию туризма, ограничив международные перемещения и заставив многих людей отказаться от поездок за рубеж. С ослаблением ограничений наблюдался рост спроса на внутренний туризм, включая краткосрочные поездки выходного дня.

За последние годы внутренний туризм стал приоритетным направлением государственной политики. Правительство

РФ активно поддерживает программы внутреннего туризма, предоставляя субсидии воздушных перевозок на Дальний Восток между регионами [24], а также льготные условия кредитования бизнеса, работающего в сфере туризма внутри страны. Помимо традиционных для России мест туристического притяжения как Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, возрастает туристический поток во многих других регионах.

Третья тенденция состоит в **росте индивидуальной профессиональной занятости** в сфере туризма. Федеральная налоговая служба РФ через специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» и программное приложение «Самозанятые» вывела из «тени» финансовые доходы 10,48 млн человек от индивидуальной предпринимательской деятельности [25].

Наличие популярной, надежной и удобной платформы в секторе экономики стимулирует индивидуальную профессиональную занятость, например в качестве гида, экскурсовода или арендодателя [26]. Рост индивидуальной профессиональной деятельности в сфере туризма поддерживается снижением транзакционных издержек на привлечение клиентов и заключение договоров через цифровые платформы. Цифровые платформы предоставляют возможность автоматического взаимодействия между поставщиком и потребителем услуг, многократно снижают временные и стоимостные издержки для каждой из сторон на размещение и оформление заказа. Заключение договора по оказанию туристских услуг происходит автоматизировано. Дополнительным преимуществом цифровых платформ для поставщиков туристских услуг являются адаптивные механизмы к изменению спроса и других факторов, влияющих

на загрузку мест размещения и занятость гидов и экскурсоводов [4].

В сфере туризма индивидуальные предприниматели и самозанятые предоставляют, в основном, услуги индивидуальных средств размещения (ИСР), экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов-проводников и т.п. Деловая активность индивидуальных предпринимателей и лиц, имеющих профессиональную самозанятость в области туризма, большей частью представляет собой ненаблюдаемую экономическую деятельность из-за сложностей сбора статистических данных. ФНС располагает сведениями об объеме оказанных платных услуг самозанятыми, но их классификация остается затруднительной.

В целом позитивные преобразования в туристической индустрии способствуют росту самостоятельного туризма, хозяйственной деятельности самозанятых, однако расширяет ненаблюдаемую экономическую деятельность в статистике. Ненаблюдаемая экономическая деятельность включает теневую (скрытую) деятельность, незаконную, деятельность в неформальном секторе, производство домашними хозяйствами для их собственного конечного потребления [34]. **Ненаблюдаемая экономическая деятельность** — это виды деятельности, неохваченные полностью регулярным статистическим наблюдением, и оценки которых для включения в ВВП могут быть получены по косвенным признакам [10].

Учитывая межотраслевой характер статистики туризма в сферу туризма по методологии формирования официальной статистической информации об объеме платных услуг [9] полностью или частично входят следующие категории:

1. Услуги учреждений культуры
2. Услуги туристических агентств, туроператоров и про-

чие услуги по бронированию и сопутствующие им услуги

3. Услуги гостиниц и аналогичные услуги по предоставлению временного жилья

4. Услуги физической культуры и спорта

5. Медицинские услуги

6. Услуги специализированных коллективных средств размещения

7. Прочие платные услуги (в части по предоставлению временного жилья на краткосрочной или сезонной основе)

Полностью в туристическую индустрию входят категории услуг 2 и 3. Однако утвержденная методология не охватывает экскурсоводов и гидов-переводчиков, которые ведут индивидуальную профессиональную деятельность как самозанятые. Возрастает доля туристов, которые в путешествиях ИСР предпочитают КСР, а услуги ИСР учитываются как «Прочие платные услуги» в категории 30, т.е. не учитываются как вклад в сферу туризма.

Фактор цифровизации поддерживает интенсификацию выделенных тенденций, так как содействует расширению объема туристических услуг при посредничестве цифровых платформ. Непосредственно платформы оказывают посреднические услуги, за которые получают агентское или комиссионное вознаграждение в размере от 10% до 20% стоимости услуги. Рост самостоятельного туризма и предложений от самозанятых способствует также увеличению ненаблюдаемой статистической деятельности.

Исходя из данных ВЦИОМ [29] можно выдвинуть гипотезу о том, что в статистические исследования не охватываются данные о размещении 59% туристов, останавливающихся вне КСР, 49% поездок, которые туристы совершают на автомобиле. Этот пробел может быть устранен при включении в методологию статистических исследований организаций

операторов цифровых платформ.

По своей сути платформы образуют мезоуровень современной туристической индустрии. Специфика цифровых платформ состоит в том, что их деятельность строится на потоках данных, которыми они владеют и управляют. Платформы обладают полными сведениями как об объектах, предоставляющих услуги, так и о потребителях. Они через управление доступом к своему ресурсу влияют на деятельность субъектов на микроуровне [30]. Ключевым ресурсом платформ является их социальный капитал, включающий пользователей платформ и историю их взаимодействий, опосредованных платформой [31].

Цифровые платформы имеют договорные отношения с лицами, имеющими статус самозанятых, индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами. Платформы располагают регистрационными сведениями, а также данными об их экономической деятельности, необходимыми для статистического наблюдения. Цифровые платформы в ходе выполнения транзакций накапливают данные:

- о субъектах, оказывающих платные услуги населению, включая профессиональных самозанятых,
- сведения о фактическом месте оказания и потребления услуг, включая точный адрес,
- об объеме оказанных услуг субъектами исходя из размера полученного комиссионного вознаграждения,
- сведения о ресурсах, находящихся в распоряжении субъектов на праве собственности или аренды, которые используются для оказания услуг.

К ограничениям по использованию цифровых платформ в качестве альтернативного источника информации в статистических наблюдениях, необходимо отнести следующие:

– требования по работе с персональными данными, когда передача сведений о контрагентах будет затруднена,

– возникновение дублирующих сведений об объектах при получении их из нескольких платформ.

Требуется нормативно-методологическое обеспечение для включения данных лидирующих цифровых платформ в статистику туризма для того, чтобы восполнить сведения о самостоятельном туризме и о вкладе самозанятых в туристическую индустрию. Выявить самостоятельный туризм в выездном и въездном туризме относительно просто, опираясь на данные о пересечении границы [12]. Сложность вызывает статистическое наблюдение самостоятельного туризма внутри страны.

Для рынка цифровых платформ на ранних стадиях его развития в условиях значительного числа доступных платформ характерен высокий уровень конкуренции. По мере развития и насыщения рынка происходит перераспределение пользователей и трафика между несколькими крупными платформами, добившимися внимания и доверия как поставщиков, так и потребителей. Например, из 2000 поисковых машин в интернет в начале 2000-х годов российские пользователи выбрали Яндекс и Google, которые и сегодня не оставляют пространства для работы другим интернет-поисковикам. Другим примером может служить область услуг по заказу такси в России, где сегодня безусловным лидером является платформа Яндекс Такси (Яндекс Go), хотя есть

и другие цифровые сервисы (Uber, Gett, Drivee, Везет и др.), но их деятельность по масштабу не сопоставима с лидерами.

Цифровые платформы можно рассматривать в качестве основания для усовершенствования методологии статистики туризма с учетом их особенностей. На рынке с высоким уровнем цифровой зрелости одна-две платформы обеспечивают основной объем сделок. Поэтому в статистическом обследовании могут быть включены только отдельные лидирующие платформы. Цифровые платформы в российской туристической индустрии находятся в процессе активного роста и поиска эффективных бизнес-моделей, формируются цифровые экосистемы. Интенсивная цифровая трансформация туристической индустрии вместе с актуализацией проблем статистических наблюдений создает новые возможности для извлечения данных по оказанию туристических услуг населению.

### Заключение

Сфера туризма в России переживает уникальный период под воздействием глобального и региональных факторов, в ней поддерживаются мировые тенденции развития на основе российской цифровой инфраструктуры. Рост внутреннего и самостоятельного туризма способствует расширению индивидуальной профессиональной занятости и увеличению численности индивидуальных экскурсоводов, гидов, переводчиков, инструкторов и т.д. Выделенные тенденции являются

взаимозависимыми. Цифровые платформы становятся главной средой, в которой туристы и поставщики туристических услуг взаимодействуют, на это указывает рост совокупной выручки цифровых платформ и результаты социологических опросов. Цифровые платформы наряду с туроператорами представляют мезоуровень туристической индустрии, обеспечивая и контролируя экономические отношения микроуровня.

Текущие тенденции актуализируют ранее выделенные проблемы статистики туризма, которые состоят в ограниченных возможностях современного статистического аппарата обследовать самостоятельный туризм, ночевки туристов вне коллективных средств размещения и объем услуг, оказанных туристам самозанятыми.

Цифровые платформы являются обладателями сведений об оказании платных услуг населению: время и место оказания услуги, объем и качество услуг, фактическая стоимость услуг, субъект, оказывающий услугу. Массив данных цифровых платформ имеет большой потенциал для совершенствования статистики туризма и заполнения существующих лагун по учету самостоятельного туризма и индивидуальной профессиональной занятости. Анализ современного статистического аппарата показывает невозможность встроить в него данные цифровых платформ в качестве альтернативного источника. Развитие статистики туризма требует разработки научного и методологического обеспечения для реализации потенциала цифровых.

### Литература

1. Александрова А.Ю. Статистика туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 464 с.
2. Павленко И.Г., Бондаренко Е.И., Букреев И.А. Исследование методологии статистики и показателей туризма. Симферополь: Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, 2021. 141 с.

3. Моazed А., Джонсон Н. Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели. М.: Альпина Паблишер, 2020. 288 с.
4. McAfee A., Brynjolfsson E. Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future. W. W. Norton & Company, 2017. 288 с.
5. Всемирная туристическая организация. Манильская декларация по мировому туризму от

10 октября 1980 [Электрон. ресурс]. Режим доступа: (Дата обращения: 04.12.2025).

6. Всемирная туристская организация. Хартия туризма от 22 сентября 1985 – docs.cntd.ru [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <https://rst.ru/documents/dokumenty-yunvto1.html>. (Дата обращения: 04.12.2025).

7. ООН. Международные рекомендации по статистике туризма. Серия М № 83 / Rev. 1. Организация Объединенных Наций, 2008.

8. ЮНВТО. Комитет по статистике и ВСТ [Электрон. ресурс]. Режим доступа: [https://www.unwto.org/tourism-statistics/studies\\_experiences](https://www.unwto.org/tourism-statistics/studies_experiences). (Дата обращения: 04.12.2025).

9. Приказ Росстата № 668 от 20.12.2023 «Об утверждении Официальной статистической методологии формирования официальной статистической информации об объеме платных услуг населению».

10. Энциклопедия статистических терминов в 8 томах. Экономическая статистика [Электрон. ресурс]. М.: Федеральная служба государственной статистики, 2013. Т. 4. Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/free\\_doc/new\\_site/rosstat/stbook11/tom4.pdf](https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/rosstat/stbook11/tom4.pdf). (Дата обращения: 04.12.2025).

11. Морозов М.А., Морозов М.М. Международные сопоставления в статистике туризма // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т. 17. № 3. С. 48–59. DOI: 110.5281/zenodo.8140767.

12. Овчаров А.О. К вопросу о совершенствовании статистического учета туристских поездок в условиях кризиса // Вопросы статистики. 2021. Т. 28. № 2. С. 67–79. DOI: 10.34023/2313-6383-2021-28-2-67-79.

13. Розанова Т.П., Стыцок Р.Ю. Многомерность туризма и проблемы современной статистики // Экономические науки. 2022. Т. 210. № 5. С. 234–238. DOI: 10.14451/1.210.

14. Александрова А.Ю. Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2017. № 1. С. 41–61.

15. Мышлянцева С.Э. Анализ методологического аппарата статистики туристских потоков в Российской Федерации на региональном уровне // Вопросы статистики. 2013. № 11. С. 19–22.

16. Современные тренды и тенденции в туризме [Электрон. ресурс] // ВЦИОМ. Новости. Режим доступа: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/sovremennye-trendy-i-tendencii-v-turizme>. (Дата обращения: 04.12.2025).

17. Оксенойт Г.К. Цифровая повестка, большие данные и официальная статистика // Вопросы статистики. 2018. Т. 25. № 1. С. 3–16.

18. Суринов А.Е. Большие данные в официальной статистике: взгляд на проблему // Вопросы статистики. 2023. Т. 30. № 2. С. 5–22. DOI: 10.34023/2313-6383-2023-30-2-5-22.

19. Плеханов Д.А. Большие данные и официальная статистика: обзор международной прак-

тики внедрения новых источников данных // Вопросы статистики. 2017. Т. 1. № 12. С. 49–60.

20. Авдокушин Е.Ф. Платформенная экономика как элемент современной новой экономики // Вопросы новой экономики. 2019. № 2(50). С. 4–11.

21. Statista. Digital services in Russia [Электрон. ресурс]. 2024. Режим доступа: <https://www.statista.com/study/67443/digital-services-in-russia/>.

22. Measuring digital development: Facts and Figures 2025 [Электрон. ресурс] // ITU. Режим доступа: <https://www.itu.int:443/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>. (Дата обращения: 06.12.2025).

23. Туризм-2025: как россияне бронируют отдых [Электрон. ресурс] // ВЦИОМ. Новости. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/turizm-2025-kak-rossijane-bronirujut-otdykh?clckid=4f6afe1e>. (Дата обращения: 04.12.2025).

24. Субсидирование воздушных перевозок [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <https://favt.gov.ru/dejatelnost-vozdushnye-perevozki-subsidirovanie/>. (Дата обращения: 07.12.2025).

25. Минэкономразвития. Поддержка самозанятых [Электрон. ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. 2025. Режим доступа: [https://economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy\\_proekt\\_maloe\\_i\\_srednee\\_predprinimatelstvo\\_i\\_podderzhka\\_individualnoy\\_predprinimatelskoj\\_iniciativy/podderzhka\\_samozanyatyh/](https://economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoj_iniciativy/podderzhka_samozanyatyh/). (Дата обращения: 07.12.2025).

26. Цифровая трансформация: эффекты и риски в новых условиях / Рук. авт. колл. П.Б. Рудник, Т.С. Зинина; под ред. И.Р. Агамирзяна, Л.М. Гохберга, Т.С. Зининой, П.Б. Рудника; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 156 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-3009-2.

27. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

28. Маевский В.И. Мезоуровень и иерархическая структура экономики // Журнал институциональных исследований. 2018. Т. 10. № 3. С. 18–29. DOI: 10.17835/2076-6297.2018.10.3.018-029.

29. Родин К. Социально-демографический профиль туриста [Электрон. ресурс] // ВЦИОМ. 2024. Режим доступа: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/socialno-demograficheskii-profil-turista>. (Дата обращения: 07.12.2025).

30. Маевский В.И., Кирдина-Чэндлер С.Г., Волынский А.И. и др. Мезоэкономика: элементы новой парадигмы. М.: Институт экономики Российской академии наук, 2020. 392 с.

31. Васильева Е.В., Днепровская Н.В. Концептуализация кадровой экосистемы в цифровой среде // Информационное общество. 2024. № 2. С. 52–67. DOI: 10.52605/16059921\_2024\_02\_52.

32. Gareev T. R. Platform markets: Their place in the theory of mesoeconomic system: Development and a challenge to spatial studies // Baltic Region. Immanuel Kant Baltic Federal University. 2018. T. 10. № 2. С. 26–38. DOI: 10.5922/2079-8555-2018-2-2.

33. ВЦИОМ. Автотуризм – 2024 [Электрон. ресурс] // ВЦИОМ. 2024. Режим доступа:

<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-2024>. (Дата обращения: 07.12.2025).

34. Левит С.Р. Ненаблюдаемая экономика: практика, проблемы и направления совершенствования ее оценок // Вопросы статистики. 2014. № 6. С. 20–23. DOI: 10.34023/2313-6383-2014-0-6-20-23.

## References

1. Aleksandrova A.Yu. Statistika turizma = Tourism Statistics. Moscow: Federal Agency for Tourism; 2014. 464 p. (In Russ.)

2. Pavlenko I.G., Bondarenko Ye.I., Bukreyev I.A. Issledovaniye metodologii statistiki i pokazateley turizma = Research on the Methodology of Tourism Statistics and Indicators. Simferopol: Vernadsky Crimean Federal University; 2021. 141 p. (In Russ.)

3. Moazed A., Dzhonson N. Platforma: Prakticheskoye primeneniye revolyutsionnoy biznes-modeli = Platform: Practical Application of a Revolutionary Business Model. Moscow: Alpina Publisher; 2020. 288 p. (In Russ.)

4. McAfee A., Brynjolfsson E. Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future. W.W. Norton & Company; 2017. 288 p.

5. Vsemirnaya turistiskaya organizatsiya. Manil'skaya deklaratsiya po mirovomu turizmu ot 10 oktyabrya 1980 = World Tourism Organization. Manila Declaration on World Tourism of 10 October 1980 [Internet]. Available from: <https://rst.ru/documents/dokumenty-yunvto1.html>. (cited 04.12.2025). (In Russ.)

6. Vsemirnaya turistiskaya organizatsiya. Khartiya turizma ot 22 sentyabrya 1985 - docs.cntd.ru = World Tourism Organization. Tourism Charter of 22 September 1985 - docs.cntd.ru [Internet]. Available from: <https://rst.ru/documents/dokumenty-yunvto1.html>. (cited 04.12.2025). (In Russ.)

7. UN. International Recommendations for Tourism Statistics. Series M, No. 83 / Rev. 1. United Nations; 2008.

8. UNWTO. Committee on Statistics and WSA [Internet]. Available from: [https://www.unwto.org/tourism-statistics/studies\\_experiences](https://www.unwto.org/tourism-statistics/studies_experiences). (cited 04.12.2025).

9. Rosstat Order No. 668 of 20.12.2023 «On approval of the Official Statistical Methodology for the formation of official statistical information on the volume of paid services to the population». (In Russ.)

10. Entsiklopediya statisticheskikh terminov v 8 tomakh. Ekonomicheskaya statistika = Encyclopedia of statistical terms in 8 volumes. Economic statistics [Internet]. Moscow: Federal State Statistics Service; 2013: 4. Available from: [https://rosstat.gov.ru/free\\_doc/new\\_site/rosstat/stbook11/tom4.pdf](https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/rosstat/stbook11/tom4.pdf). (cited 04.12.2025). (In Russ.)

11. Morozov M.A., Morozov M.M. International comparisons in tourism statistics. Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and Abroad. 2023; 17; 3: 48–59. DOI: 110.5281/zenodo.8140767. (In Russ.)

12. Ovcharov A.O. On the issue of improving the statistical accounting of tourist trips in times of crisis. Voprosy statistiki = Questions of Statistics. 2021; 28; 2: 67–79. DOI: 10.34023/2313-6383-2021-28-2-67-79. (In Russ.)

13. Rozanova T.P., Stytsyuk R.Yu. Multidimensionality of tourism and problems of modern statistics. Ekonomicheskkiye nauki = Economic sciences. 2022; 210; 5: 234–238. DOI: 10.14451/1.210. (In Russ.)

14. Aleksandrova A.Yu. Formation of an integrated system of tourism statistics in the Russian Federation. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika = Bulletin of Moscow University. Series 6. Economics. 2017; 1: 41–61. (In Russ.)

15. Myshlyavtseva S.E. Analysis of the methodological apparatus of tourist flow statistics in the Russian Federation at the regional level. Voprosy statistiki = Questions of Statistics. 2013; 11: 19–22. (In Russ.)

16. Sovremennyye trendy i tendentsii v turizme = Modern trends and tendencies in tourism [Internet] // VTsIOM. News. Available from: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/sovremennyye-trendy-i-tendentsii-v-turizme>. (cited 04.12.2025). (In Russ.)

17. Oksenoyt G.K. Digital agenda, big data and official statistics. Voprosy statistiki = Questions of statistics. 2018; 25; 1: 3–16. (In Russ.)

18. Surinov A.Ye. Big Data in Official Statistics: A Look at the Problem. Voprosy statistiki = Questions of statistics. 2023; 30; 2: 5–22. DOI: 10.34023/2313-6383-2023-30-2-5-22. (In Russ.)

19. Plekhanov D.A. Big Data and Official Statistics: A Review of International Practice of Implementing New Data Sources. Voprosy statistiki = Questions of statistics. 2017; 1; 12: 49–60. (In Russ.)

20. Avdokushin Ye.F. Platform Economy as an Element of the Modern New Economy. Voprosy novoy ekonomiki = Issues of New Economy. 2019; 2(50): 4–11. (In Russ.)

21. Statista. Digital services in Russia = Statista. Digital Services in Russia [Internet]. 2024. Available from: <https://www.statista.com/study/67443/digital-services-in-russia/>. (In Russ.)

22. Measuring digital development: Facts and Figures 2025 [Internet]. ITU. Available from: <https://www.itu.int:443/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>. (cited 06.12.2025).

23. Turizm-2025: kak rossiyanе broniruyut otdykh = Tourism 2025: How Russians book vacations [Internet]. VTsIOM. News. Available from: <https://wciom.ru/>

analytical-reviews/analiticheskii-obzor/turizm-2025-kak-rossijane-bronirujut-otdykh?clckid=4f6afe1e. (cited 04.12.2025). (In Russ.)

24. Subsidirovaniye vozdushnykh perevozok = Air Transport Subsidies [Internet]. Available from: <https://favt.gov.ru/deyatelnost-vozdushnye-perevozki-subsidirovaniye/>. (cited 07.12.2025). (In Russ.)

25. Minekonomrazvitiya. Podderzhka samozanyatykh = Ministry of Economic Development. Support for the Self-Employed [Internet] Ministry of Economic Development of the Russian Federation. 2025. Available from: [https://economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy\\_proekt\\_maloe\\_i\\_srednee\\_predprinimatelstvo\\_i\\_podderzhka\\_individualnoy\\_predprinimatelskoy\\_iniciativy/podderzhka\\_samozanyatykh/](https://economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/podderzhka_samozanyatykh/). (cited 07.12.2025). (In Russ.)

26. Tsifrovaya transformatsiya: efekty i riski v novykh usloviyakh = Digital Transformation: Effects and Risks in the New Conditions Head of the author's team P.B. Rudnik, T.S. Zinina; edited by I.R. Agamirzyan, L.M. Gokhberg, T.S. Zinina, P.B. Rudnik; National Research University Higher School of Economics. Moscow: ISSEK HSE; 2024. 156 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-3009-2. (In Russ.)

27. Federal'nyy zakon ot 24 noyabrya 1996 g. N 132-FZ «Ob osnovakh turistskoy deyatelnosti v Rossiyskoy Federatsii» (s izmeneniyami i dopolneniyami) = Federal Law of November 24, 1996 N 132-FZ «On the Fundamentals of Tourism Activity in the Russian Federation» (with amendments and additions). (In Russ.)

28. Mayevskiy V.I. Mesolevel and Hierarchical Structure of the Economy. Zhurnal

institutsional'nykh issledovaniy = Journal of Institutional Studies. 2018; 10; 3: 18–29. DOI: 10.17835/2076-6297.2018.10.3.018-029. (In Russ.)

29. Rodin K. Sotsial'no-demograficheskiy profil' turista = Socio-demographic profile of a tourist [Internet]. VTsIOM. 2024. Available from: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/socialno-demograficheskii-profil-turista>. (cited 07.12.2025). (In Russ.)

30. Mayevskiy V.I., Kirdina-Chendler S.G, Volynskiy A.I. et al. Mezoekonomika: elementy novoy paradigmy = Mesoeconomics: Elements of a New Paradigm. Moscow: Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences; 2020. 392 p. (In Russ.)

31. Vasil'yeva Ye.V., Dneprovskaya N.V. Conceptualization of the HR ecosystem in the digital environment. Informatsionnoye obshchestvo = Information Society. 2024; 2: 52–67. DOI: 10.52605/16059921\_2024\_02\_52. (In Russ.)

32. Gareev T.R. Platform markets: Their place in the theory of mesoeconomic system: Development and a challenge to spatial studies. Baltic Region. Immanuel Kant Baltic Federal University. 2018; 10.;2: 26–38. DOI: 10.5922/2079-8555-2018-2-2.

33. VTsIOM. Avtoturizm – 2024 = VTsIOM. Autotourism - 2024 [Internet] VTsIOM. 2024. Available from: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-2024>. (cited 07.12.2025). (In Russ.)

34. Levit S.R. Non-observed economy: practice, problems, and directions for improving its estimates. Voprosy statistiki = Questions of Statistics. 2014; 6: 20–23. DOI: 10.34023/2313-6383-2014-0-6-20-23. (In Russ.)

#### Сведения об авторах

**Александр Владиевич Хорошилов**

*К.э.н., профессор*

*Профессор экономического факультета*

*Московский государственный университет*

*им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

**Днепровская Наталья Витальевна**

*Д.э.н., доцент, профессор кафедры*

*бизнес-информатики*

*Финансовый университет при Правительстве*

*Российской Федерации, Москва, Россия*

*Эл. почта: NavDneprovskaya@fa.ru*

#### Information about the authors

**Alexander V. Khoroshilov**

*Cand. Sci. (Economics), Professor,*

*Professor of Faculty of Economics at Lomonosov*

*Moscow State University,*

*Moscow, Russia*

**Natalya V. Dneprovskaya<sup>1,3</sup>**

*Dr. Sci. (Economics), Associate Professor*

*Professor of the Business Informatics Department at*

*Financial University under the Government of the*

*Russian Federation, Moscow, Russian Federation*

*E-mail: NavDneprovskaya@fa.ru*