

ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА**Луховская О.К., Фомина Н.В.**

Луховская Ольга Константиновна (ORCID 0000-0001-9420-3981), Фомина Наталья Владиславовна (ORCID 0009-0009-9847-5795)

Ивановский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, г. Иваново, Россия. 153025, Ивановская область, г. Иваново, ул. Дзержинского, 53.

E-mail: ollga37@yandex.ru, Fomina.NV@rea.ru

На современном этапе поставлена задача трансформации туризма как высокодоходной отрасли экономики. Вместе с тем, в процессе осуществления туристского бизнеса, в возрастающем масштабе информатизации общества многие организации и регионы сталкиваются с серьёзными проблемами применения цифровых технологий в оценке эффективности их управления развитием бизнеса. В статье рассматриваются методы оценки показателей туристической привлекательности регионов РФ, предложенные Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» (ЦИК «Рейтинг») на примере Ивановской области. Проведенный анализ позволил сформулировать предложения по совершенствованию методологии, уточнению и введению новых цифровых значений в расчет показателей эффективности управления региональным развитием туристского бизнеса. Практическое применение предлагаемых показателей позволит выявлять неиспользованный потенциал бизнес-структур в туризме регионов, что в конечном итоге приведет к повышению эффективности развития внутреннего туризма.

Ключевые слова: цифровые технологии, туризм, рейтинг, туристская отрасль, методика, экономика, регион, показатели эффективности индустрии гостеприимства

TECHNOLOGIES OF DIGITAL ANALYSIS IN ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT OF REGIONAL DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS**Lukhovskaya O.K., Fomina N.V.**

Lukhovskaya Olga Konstantinovna (ORCID 0000-0001-9420-3981),

Fomina Natalia Vladislavovna (ORCID 0009-0009-9847-5795)

Ivanovo branch of the Russian Economic University named after G.V. Plekhanov,

Ivanovo, Russia. 153025, Ivanovo region, Ivanovo, st. Dzerzhinsky, 53.

E-mail: ollga37@yandex.ru, Fomina.NV@rea.ru

At the present stage, the task of transforming tourism as a highly profitable sector of the economy has been set. At the same time, in the process of implementing tourism business in the increasing scale of informatization of society, many organizations and regions are faced with serious problems in the use of digital technologies in assessing the effectiveness of their management of business development. The article discusses methods for assessing indicators of tourist attractiveness of regions of the Russian Federation, proposed by the Center for Information Communications "Rating" (CEC "Rating") using the example of the Ivanovo region. The analysis made it possible to formulate proposals for improving the methodology, clarifying and introducing new digital values in the calculation of performance indicators for managing the regional development of tourism business: The practical application of the proposed indicators will allow us to identify the untapped potential of business structures in regional tourism, which will ultimately lead to increased efficiency in the development of domestic tourism.

Keywords: digital technologies, tourism, rating, tourism industry, methodology, economy, region, performance indicators of the hospitality industry

В настоящее время экономика развитых стран определяется в первую очередь понятием «информационная экономика». Переход национальных экономик к информационным технологиям ориентирован на разработку, внедрение и широкое применение отраслевых инноваций в цифровом бизнесе.

Цифровые технологии – технологии сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления данных в электронном виде [1].

Степень информатизации предприятия, отрасли, страны сегодня определяет во многом их эффективность и конкурентоспособность [2, 3]. В настоящее время наблюдается высокий уровень применения цифровых технологий в сфере туризма и индустрии гостеприимства.

Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 г. нацелена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма, предусматривает рост более чем в 5 раз объема туристской индустрии, создание системы преференций с целью реализации комплексных проектов модернизации туристской инфраструктуры в обеспечении устойчивости функционирования отрасли.

На современном этапе поставлена задача трансформации туризма в высокодоходную отрасль экономики [4, 5].

Стратегия направлена на развитие внутреннего и въездного туризма путем создания и развития туристских территорий с особым режимом преференций, реализации комплексных туристско-рекреационных инфраструктурных проектов, формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном рынках, повышения доступности туристских услуг для российских граждан.

На основе Стратегии разработаны Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» и Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма».

Особого внимания заслуживают вопросы информационно-технологического обеспечения отрасли туризма и гостеприимства, которые должны быть определены как приоритетные направления развития туристского бизнеса в цифровой экономике. Анализ информатизации туризма в регионах РФ в настоящее время позволил установить разноплановость систем управления данными процессами, что влияет на рейтинг регионов в оценке эффективности его развития. В этой связи цифровые технологии анализа развития туризма и индустрии гостеприимства в регионах РФ во многом

отличаются и требуют в нашем исследовании систематизации и пояснения.

К инструментам анализа эффективности развития туризма в цифровой экономике, по мнению авторов, следует отнести:

- данные официальных информационных источников – статистику и актуальных данных из официальных источников или сервисов проверки и анализа российских юридических лиц и предпринимателей (например Rusprofile, Audit-it.ru и др.);
- экспертные мониторинги и результаты опросов. В систему управления информационными ресурсами развития туризма в регионе входят как крупномасштабные опросы общественного мнения, так и на уровне региона и CRM системы самой организации.

В рамках анализа оценки эффективности развития туризма в цифровой экономике предлагаем взять показатели туристической привлекательности регионов РФ, предложенные Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» (ЦИК «Рейтинг») по проекту «Национальный рейтинг».

Перечислим основные из этих показателей и раскроем особенности их расчета в рамках цифровой экономики, уделив особое внимание корректности использования информационных значений или цифровой базы в методике их расчета.

Провести данный анализ мы предлагаем на примере Ивановского региона.

Первый показатель национальной оценки – уровень развития туристской отрасли. Анализу подлежит число турфирм (организаций и индивидуальных предпринимателей), работающих в регионе (рис. 1).

В настоящее время из 109 турфирм Ивановской области 13 являются туроператорами по внутреннему туризму.

На наш взгляд, показатели численности турфирм имеют всего лишь количественное значение общего характера.

Наиболее полными данными, на наш взгляд, являются показатели темпов роста оборота турпакетов, реализуемых населению.

В этой связи для оценки эффективности работы турфирм необходимо к показателям рейтинга туристской привлекательности добавить показатель «динамика числа турпакетов, реализованных населению по региону», выделив продажи по внутреннему туризму (рис. 2).



Рис. 1. Динамика цифровых количественных данных в туризме Ивановской области: турфирмы 2004-2022 г.

Fig 1. Dynamics of digital quantitative data in tourism of the Ivanovo region: travelagencies 2004-2022



Рис. 2. Динамика числа турпакетов, реализованных населению Ивановской области 2004-2022 г.

Fig 2. Dynamics of the number of tour packages sold to the population of the Ivanovo region 2004-2022

Данные, представленные на рис. 2, позволяют оценить динамику развития туризма в регионе. В основе оценки лежит оборот по внутреннему туризму в структуре сбыта. Так, турфирмы Ивановской области в настоящее время поддерживают развитие внутреннего туризма на уровне 55,3 % в среднем, повышая реализацию турпакетов по территории России в 2,1 раза за последние 2 года (2020-2022 г.г.). Данный цифровой статистический показатель может составить важную часть оценки рейтинга регионов в развитии внутреннего туризма РФ.

Дополнить статистические показатели могут результаты мониторинга потребительского мнения, проводимого в рамках данного исследования. Респондентами выступили 265 человек, проживающих в Ивановской области. На вопрос о том какие турагентства города Иваново соответствуют спросу респондентов на туристские услуги, наибольшее количество голосов набрали ООО «Региональная туристическая компания» – 14%,

ООО «Скорость» – 13%, ООО «Дольче Вита» и ООО «Вероника тур» – по 12%, и «Дива тур» – 11%; ООО «Спутник Иваново» - 10%.

Второй показатель национальной оценки - уровень развития гостиничной инфраструктуры в регионе. Согласно национальному рейтингу, при проведении анализа используются такие показатели как «число коллективных средств размещения (гостиниц)» и «число койко-мест».

По данным статистики на начало 2022 года в Ивановской области насчитывалось 152 объекта размещения, общим номерным фондом 4425 номеров на 9898 койко-мест.

Это количественные показатели, характеризующие потенциал мощности индустрии гостеприимства. Оценку его эффективности по данным показателям устанавливать не совсем корректно. Многие введенные объекты остаются не востребованными.

В этой связи данный показатель в рейтинге следует отнести к косвенным.

В оценку эффективности развития туризма так же включен такой показатель национального рейтинга популярности региона у туристов, как «количество приезжающих на несколько дней». Он измеряется числом граждан РФ, размещенных в коллективных средствах размещения; числом ночевки в коллективных средствах размещения. Проанализируем особенности исчисления данных показателей на примере четырех регионов ЦФО.

Данные таблицы 1 подтверждают факт того, что численность размещенных лиц (туристов) в Ивановской области меньше близлежащих регионов ЦФО. Например, количество постояльцев в Ивановской области в 2,4 раза ниже Владимирской области, в 1,5 раза ниже Костромской облас-

ти. Однако число ночевки, то есть койко/суток или основного показателя товарооборота гостиницы, отстает от Владимирского региона лишь на 26 %, а Костромскую область и вовсе превышает на 20 %. Следовательно, сравнение регионов по числу потребителей услуг коллективных средств размещения является не совсем корректным.

Данный количественный показатель не учитывает длительность проживания туриста, которого взяли в расчет.

В этой связи, показатель «количество приезжающих на несколько дней» необходимо измерять средней продолжительностью пребывания туриста в регионе исходя из количества ночевки и численности размещенных.

Таблица 1

Сводные цифровые данные оборота инфраструктуры гостиничного хозяйства Ивановской области в сравнении с регионами ЦФО: 2021 год

Table 1. Summary digital data on the turnover of the hotel infrastructure of the Ivanovo region in comparison with the regions of the Central Federal District: 2021

Показатель коллективных средств размещения	Единицы измерения	Субъекты ЦФО			
		Ивановская область	Владимирская область	Ярославская область	Костромская область
Число ночевки в (факт)	койко-мест/год	1 031 673	1 407 313	2 346 331	857 505
Численность размещенных лиц	чел.	218904	591095	840323	326170
Средняя продолжительность проживания гостя	суток	4,7	2,4	2,8	2,7

Показатель «количество приезжающих на несколько дней» должен быть скорректирован и эффективность использования гостиничного фонда в туризме региона может быть установлена исходя из длительности проживания туриста в регионе. Так в Ивановской области в среднем турист проживает 4,7 суток, что на 2 дня выше всех остальных субъектов ЦФО. Это позволяет характеризовать стабильность туристской привлекательности у гостей региона, пользующихся услугами объектов размещения.

Число ночевки в коллективных средствах размещения является основой экспертизы в оценке туристских потоков. Однако данный показатель не позволяет оценить неиспользуемый резерв ресурсного потенциала объектов размещения региона.

Мы предлагаем расчеты вести исходя из оценки «уровня использования потенциала материальной базы гостиницы или степени загрузки гостиницы по учтенной мощности».

Речь идет о расчете фактической загрузки гостиничного фонда в сравнении с максимально возможным его оборотом (рис. 3).



Рис. 3. Динамика фактического оборота гостиниц Ивановской области в сравнении с максимальной загрузкой: 2002-2022 гг. по количеству койко-мест

Fig 3. Dynamics of actual turnover of hotels in the Ivanovo region in comparison with maximum occupancy: 2002-2022. by number of beds

По нашим расчетам загрузка гостиниц в 2022 году в Ивановской области в среднем составляла 32,2 %. Резерв составил 67,8 %.

Информационный анализ представленных на рис. 3 показателей оборота гостиниц региона, позволил оценить эффективность управления процессами развития туризма в регионе, а именно рассчитать туристские потоки по факту загрузки и

установить их резерв, а также доходы гостиничных услуг в составе ВРП. Рейтинг может проводиться и в условиях оценки деятельности объектов индустрии гостеприимства исходя из нормативных показателей, в основу которых может быть положен показатель прироста загрузки.

Предлагаемая информация может быть использована в качестве основы для формирования базы данных с целью обоснования инвестиций и дотаций в развитии регионального туризма [4]. Третий показатель – объемы использования насе-

лением онлайн или интернет-ресурсов при организации путешествий. Он отсутствует в национальном рейтинге, и мы предлагаем его ввести. Речь идет о покупке туристских продуктов, экскурсий и билетов как через турфирмы, так и через сайты tutu.ru, tickets.ru, бронирование гостиниц с использованием сервисов Booking.com, Trivago.ru, аренда транспорта и другое.

Так, в настоящее время статистическая информация позволяет проанализировать цифровые сведения в работе турфирм регионов (рис. 4).

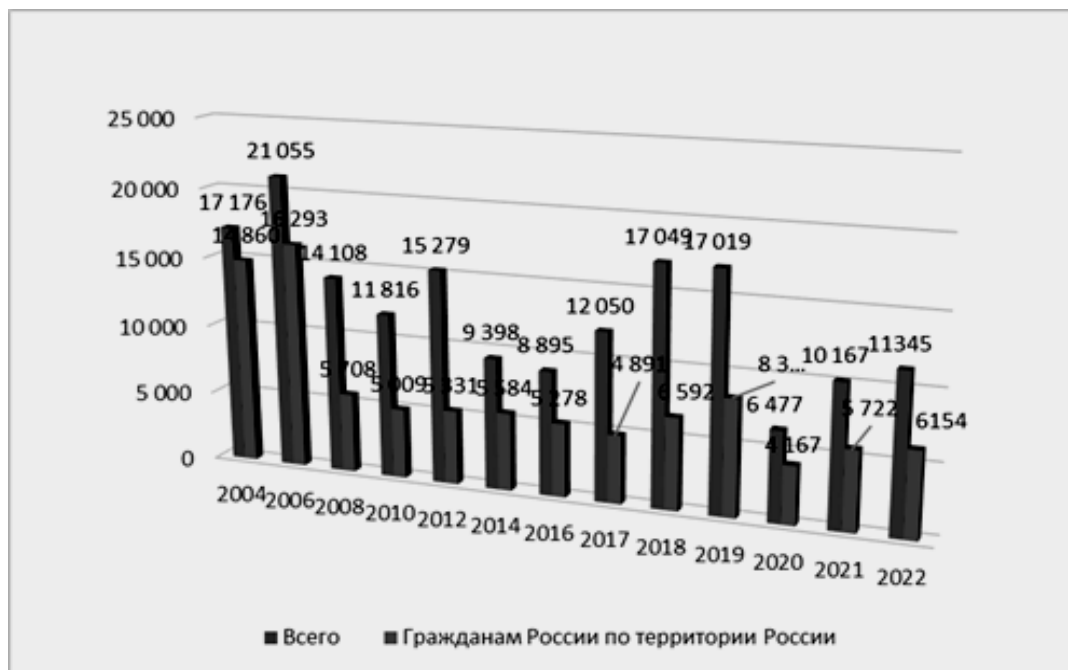


Рис. 4. Динамика заказа услуг через турфирмы Ивановской области, 2004-2022 г.г. [6]
Fig. 4. Dynamics of ordering services through travel agencies in the Ivanovo region, 2004-2022 [6]

Речь идет о динамике офлайн заказов туристских услуг, т.е. непосредственно через турфирмы Ивановского региона. Анализ данных показателей позволяет наглядно видеть развитие оборотов услуг во внутреннем туризме и структуру продаж. По сравнению с периодом 2014-2019 гг. (после глобального экономического кризиса), когда наблюдалось огромное превосходство выездного туризма до 65 %, в настоящее время (после периода пандемии), внутренний туризм занимает более 50 %. В настоящее время в качестве цифровой базы национального рейтинга используются результаты экспертных мониторингов и опросов, предложенные Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» (ЦИК «Рейтинг») в рамках проекта «Национальный рейтинг».

В основу анализа взяты показатели, касающиеся управления процессами информатизации развития туризма в регионе, а именно:

1 критерий – интерес к региону в Интернете как к месту отдыха: количество запросов в поисковых системах об отдыхе в регионе. Рассчитывается по количеству запросов в течение года в поисковой системе «Яндекс» по ключевым словам: «Отдых + наименование региона».

2 критерий – продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве: количество публикаций и сообщений в СМИ с упоминанием региона. Рассчитывается по количеству публикаций в СМИ за период с 1 января по 31 декабря ежегодно, в том числе на индексируемых новостных ресурсах, по ключевым словам: «Туризм + наименование региона» (рис. 5).

Новым и важным на наш взгляд является наличие оценки онлайн активности населения в туризме, а именно введение показателя Интернет-заказа услуг, связанных с организацией путешествий.

Экономические науки

Данные сведения можно получить из открытых источников выборочного федерального статистического наблюдения по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей (рис. 6). Анализ численности населения, использовавшего сеть Интернет для заказа услуг, представленный на рис. 4, позволяет оценить обороты онлайн продаж в туризме исходя из цифровых

статистических сведений в разрезе населения РФ с делением на проживающих в городской и сельской местности.

Их выделение по регионам позволило бы использовать цифровые технологии анализа развития туризма и индустрии гостеприимства в регионах РФ как официально и статически установленные показатели рейтингования.

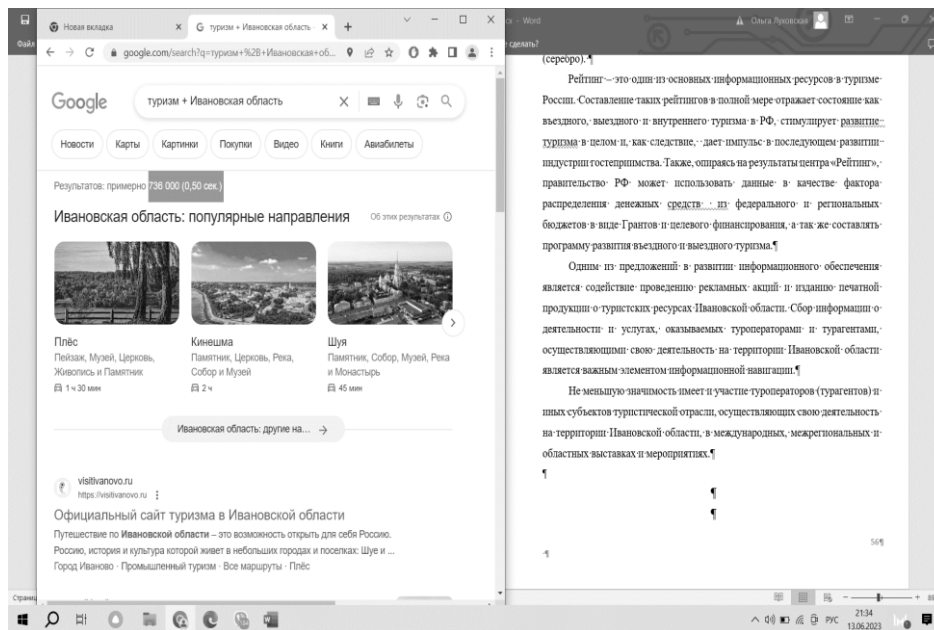


Рис. 5. Скрин результатов запроса «Туризм + наименование региона» Ивановской области для рейтинга
Fig. 5. Screenshot of the results of the query “Tourism + name of the region” of the Ivanovo region for rating

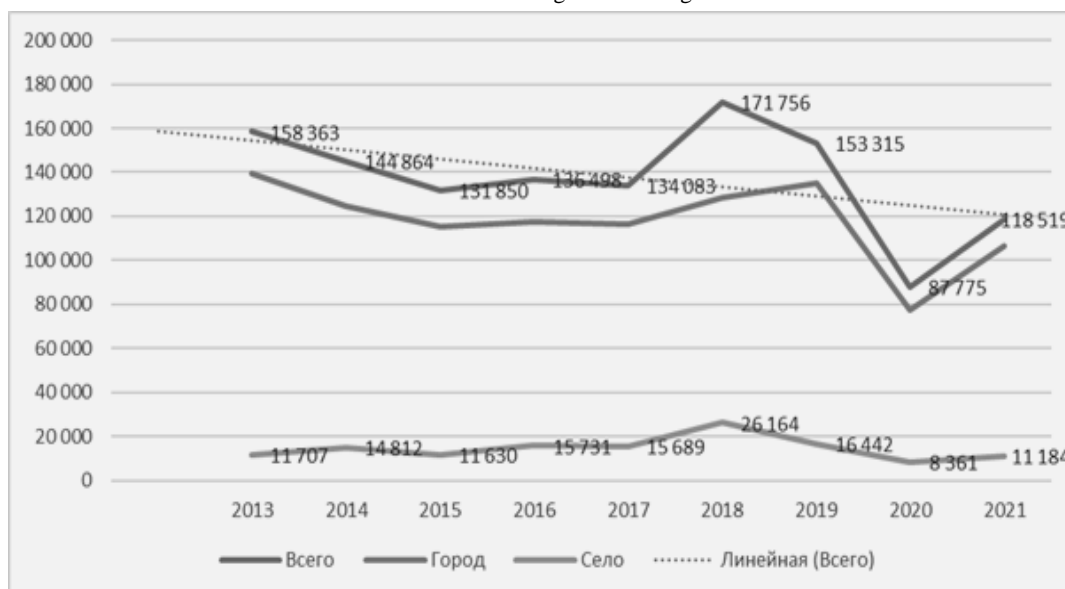


Рис. 6. Динамика пользователей сети Интернет для заказа услуг, связанных с организацией путешествий в период с 2013 по 2021 год, тыс. чел.

Fig. 6. Dynamics of Internet users for ordering services related to travel arrangements in the period from 2013 to 2021, thousand people.

В данной статье мы остановились лишь на некоторых показателях Национального туристского рейтинга, которые в большей степени связаны с оценкой туристской привлекательности индустрии гостеприимства регионов и туристского потенциала в информационной среде. Авторы предлагают ввести в показатели туристской привлекательности регионов «оборот турпакетов, реализуемых населению», «объемы использования онлайн или Интернет ресурсов в организации путешествий населением», а также ввести коррективы в расчет показателей «число приезжающих на несколько дней» и заменить его на «длительность проживания туриста в регионе».

По нашему мнению, необходимо так же совершенствовать расчет показателя «число ночевков в коллективных средствах размещения» и дополнить его показателем «уровня использования потенциала материальной базы гостиницы или степени загрузки гостиницы по учтенной мощности».

Предложенные технологии цифрового анализа в оценке эффективности управления развитием бизнеса в индустрии гостеприимства региона позволят дополнительно оценить эффективность управления процессами развития туризма в регионе и провести:

- расчет туристских потоков по факту загрузки и установить их резерв;
- диагностику доходов гостиничных услуг в составе ВРП по факту загрузки и их прогнозированию.

Рейтингом предложены еще такие показатели, как:

1 блок – доходность отрасли туризма и гостеприимства, ее вклад в экономику региона (доходы коллективных средств размещения; доходы коллективных средств размещения; объем платных туристических услуг населению региона; доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг);

2 блок – популярность региона у иностранцев (численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения);

3 блок – туристская уникальность и привлекательность региона (количество объектов культурного наследия, включенных в государственный реестр);

4 блок – уровень преступности в регионе (количество совершенных преступлений на 100 тысяч населения региона).

Следует отметить важность данных показателей и их статистическую открытость для самооценки и контроля за достоверностью [7].

В целях раскрытия темы нашего исследования представим результаты рейтинга Ивановской области и близлежащих конкурентов – Ярославской, Костромской, Владимирской областей (регионы ЦФО) в действующей в настоящее время системе. Для более качественной оценки возьмем граничащий с Ивановской областью субъект РФ – Нижегородскую область (табл. 2.). Первое место составляет 8,5 балла в отдельно составленных 15-ти таблицах по каждому показателю, итого 127,5 баллов. За каждое последующее место снималось по 0,1 балла. В таблице 2. в колонке 1 указано место региона в рейтинге, сумма баллов указана в колонке 3. В колонке 6 и 5 представлены данные, используемые для определения рейтинга и установления лидеров и аутсайдеров Национального туристического рейтинга. Таким образом, технологии сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления в электронном виде информационных значений для расчета данных показателей следует отнести к важному инструменту в методике их расчета. Речь идет не только о компетенциях и умениях формирования и использования цифровой базы в индустрии туризма и гостеприимства из открытых статистических данных, но и о грамотности участия специалистов данной сферы в продвижении цифровых технологий [9].

Таблица 2

Результаты информационного ранжирования регионов в национальном рейтинге «Отдых в России» [8]
Table 2. Results of information ranking of regions in the national rating «Holidays in Russia» [8]

№ места в общем рейтинге	Наименование субъекта РФ	Общий балл	Группа уровень в рейтинге	количество запросов в поисковых системах об отдыхе в регионе/скорость	количество публикаций и сообщений в СМИ с упоминанием региона/скорость
1	2	3	4	5	6
6	Нижегородская область	106,8	лидеры	6 980 000 (0,45 сек.)	454 (0,36 сек.)
23	Ярославская область	53.1	золотой	6 950 000 (0,44 сек.)	270 (0,37 сек.)
24	Владимирская область	52.8	золотой	4 080 000 (0,46 сек.)	159 (0,35 сек.)
49	Ивановская область	60,8	серебро	3 540 000 (0,43 сек.)	169 (0,34 сек.)
57	Костромская область	50,6	серебро	4 290 000 (0,40 сек.)	77 (0,34 сек.)

К концептуальным предложениям совершенствования цифровых технологий анализа и управления развитием бизнеса в индустрии гостеприимства региона следует отнести: создание единого отраслевого классификатора и номенклатуры услуг как информационной базы для оценки эффективности цифрового обеспечения туристской привлекательности индустрии гостеприимства регионов и туристского потенциала в информационной среде; обеспечение контроля за качественной информацией о лучших субъектах национального рейтинга для российских и зарубежных туристов; оснащения предприятий отрасли современными технологическими инструментами и программами их ранжирования в топовых системах туристского рейтинга (уровень их работы будет соответствовать международным стандартам). Использование цифровых технологий анализа и управления развитием туристского бизнеса в регионах будет способствовать разви-

тию индустрии туризма и гостеприимства как на федеральном, так и региональном уровнях, повысит социально-экономическую ответственность за предоставление корректной статистической информации и цифровых показателей для рейтингования. В итоге это повлияет на повышение эффективности комплекса услуг сферы туризма и гостеприимства РФ. Известное изречение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» как никогда актуально для сферы туристско-гостиничного бизнеса, требующего оперативности, надежности, точности, высокой скорости обработки и передачи информации, во многом определяющие эффективность управленческих решений в этой области.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов, требующего раскрытия в данной статье.

The authors declare the absence a conflict of interest warranting disclosure in this article.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шевченко Е.С., Мажуга С.В. Анализ развития информационных технологий на российском и региональном рынке. Сборник статей. 2023. С. 161-166.
2. Киреева М.М., Павленко И.Г. Методический подход к оценке использования ресурсного потенциала территории для развития внутреннего туризма, *Journal of New Economy*. 2021. Т. 22. № 2. С. 23-43.
3. Лочан С.А., Золотарева Е.Л., Коровин Д.И., Федюнин Д.В. Изучение опыта прогнозирования туристских потоков с применением алгоритмов машинного обучения. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2021. № 04(50). С. 145-155. DOI: 10.6060/ivecofin.2021504.577
4. Луховская О.К. Программно-целевое планирование как инструмент оценки потенциала региона Сборник материалов международной научно-практической конференции «Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук». Под редакцией Насретдинова И.Т. 2017. С. 577-579.
5. Гонова О.В., Мalygin А.А., Лукина В.А. Региональный агротуризм – мультипликатор экономического роста сельских территорий. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2021. № 04(50). С.109-119. DOI: 10.6060/ivecofin.2021504.573
6. Основные показатели деятельности туристских фирм. Федеральная служба государственной статистики разделе «Туризм» ЕМИС. Режим доступа <https://fedstat.ru>
7. Кочеткова Т.С. Разработка системы диагностики и прогнозирования бизнес-процессов цифровой трансформации региональных экономических систем, *Социальные и экономические системы*. 2023. № 1-1 (39). С. 145-159.
8. Национальный туристический рейтинг – 2022. Текст: электронный // ЦИК «Рейтинг» <https://rustur.ru>
9. Плисов В.К., Луховской А.Г. Разработка информационных ресурсов в управлении спросом в туризме. Сборник статей по результатам IV Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов и XV Юбилейной научно-практической студенческой конференции. Иваново, 2022. С. 129-134.

REFERENCES

1. Shevchenko E.S., Mazhuga S.V. Analysis of the development of information technologies in the Russian and regional markets. Collection of articles based on the materials. 2023. P. 161-166.
2. Kireeva M.M., Pavlenko I.G. A methodological approach to assessing the use of a territory's resource potential for the development of domestic tourism, *Journal of New Economy*. 2021. T. 22. N 2. P. 23-43.
3. Lochan S.A., Zolotareva E.L., Korovin D.I., Fedyunin D.V. Study of experience in forecasting tourist flows using machine learning algorithms. *Ivecofin*. 2021. N 04(50). P. 145-155. DOI: 10.6060/ivecofin.2021504.577
4. Lukhovskaya O.K. Program-target planning as a tool for assessing the potential of a region Collection of materials from the international scientific and practical conference “Modern research in the main directions of the humanities and natural sciences.” Edited by Nasretdinov I.T. 2017. P. 577-579.
5. Gonova O.V., Malygin A.A., Lukina V.A. Regional agrotourism – a multiplier of economic growth in rural areas. *Ivecofin*. 2021. N 04(50). P. 109-119. DOI: 10.6060/ivecofin.2021504.573
6. Key performance indicators of travel companies. Federal State Statistics Service section “Tourism” EMIS. Access mode <https://fedstat.ru/indicator/31605>
7. Kochetkova T.S. Development of a diagnostic and forecasting system for business processes of digital transformation of regional economic systems, *Social and economic systems*. 2023. N 1-1 (39). P. 145-159.
8. National tourist rating – 2022. Text: electronic // Central Election Commission “Rating” [website]. Access mode: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2022>
9. Plisov V.K., Lukhovskoy A.G. Development of information resources in tourism demand management. Collection of articles based on the results of the IV All-Russian Scientific and Practical Conference of teachers, graduate students, undergraduates and the XV Anniversary Scientific and Practical Student Conference. Ivanovo, 2022. P. 129-134.

Поступила в редакцию(Received):27.03.2024

Принята к опубликованию (Accepted): 04.05.2024