

К вопросу о совершенствовании статистического учета туристских поездок в условиях кризиса

Антон Олегович Овчаров

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

В статье обосновывается актуальность рассматриваемых вопросов, обострившихся в связи с пандемией коронавируса, и приводится краткий обзор научно-практических источников, а также дается характеристика современных исследований, связанных как с традиционными методами статистического учета туристских поездок, так и с методами, основанными на использовании больших данных.

Рассмотрены действующая методология, а также другие, встречающиеся в различных исследовательских работах предложения о способах оценки въездных, выездных и внутренних поездок. Проанализирована эволюция подходов Росстата к учету количества въездных и выездных поездок, предложены определенные корректировки существующих методик, касающихся учета организованных и неорганизованных поездок. Приведены результаты расчетов, иллюстрирующие преобладание неорганизованного туризма при совершении въездных и выездных поездок. В целом сделан вывод о том, что наибольшую сложность вызывает проведение комплексного наблюдения за внутренними поездками. Показаны три возможных подхода к регистрации поездок, в том числе предложен вариант учета внутренних туристских поездок на основе наблюдения за пассажирскими перевозками, который согласуется с международными рекомендациями и существующей в нашей стране классификационной группировкой «Туризм». Кроме того, продемонстрирован альтернативный подход к учету внутренних региональных туристских поездок на основе официальных форм отчетности.

Реализация аргументированных в статье предложений, по мнению автора, будет способствовать повышению достоверности и объективности статистики туризма. Это в свою очередь создаст предпосылки для совершенствования мер поддержки туристского сектора экономики, особенно необходимой в кризисной экономической ситуации, спровоцированной коронавирусной пандемией.

Ключевые слова: туристские поездки, статистика туризма, организованный туризм, пандемия COVID-19, статистический учет, большие данные, статистические группировки.

JEL: L83, C18.

doi: <https://doi.org/10.34023/2313-6383-2021-28-2-67-79>.

Для цитирования: Овчаров А.О. К вопросу о совершенствовании статистического учета туристских поездок в условиях кризиса. 2021;28(2):67–79.

On the Improvement of Statistical Accounting for Tourist Trips Amidst Crisis

Anton O. Ovcharov

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (UNN), Nizhny Novgorod, Russia

The article substantiates the relevance of the issues in question, which have been exacerbated by the coronavirus pandemic and provides a brief overview of the scientific and practical sources, as well as a description of current research related to both traditional methods of statistical accounting of tourist travel and methods based on the use of big data sources.

The review shows current methodology as well as different suggestions, encountered in various research studies, on how to assess inbound, outbound and domestic travel. The evolution of Rosstat's approaches to accounting for the number of inbound and outbound trips has been analyzed, and certain adjustments to existing methods relating to the accounting of organized and unorganized trips have been proposed. The results of calculations illustrating the predominance of unorganized tourism when making inbound and outbound trips are presented. In general, it is concluded that the most difficult is the comprehensive monitoring of internal travel. Three possible approaches to the accounting

of trips are shown. The option of using the approach to accounting for domestic tourist travel based on monitoring of passenger traffic, which is consistent with international recommendations and the existing classification group «Tourism» in our country, is proposed. In addition, the option of accounting for domestic regional tourist trips based on official forms of reporting is shown.

It is the author's opinion that the implementation of the reasoned proposals should serve to improve the reliability and objectivity of statistics on tourist travel. This, in turn, will create the conditions for improving measures to support the tourism sector of the economy, particularly necessary in the economic crisis triggered by the coronavirus pandemic.

Keywords: tourist trips, tourism statistics, organized tourism, COVID-19 pandemic, statistical accounting, big data, statistical grouping.

JEL: L83, C18.

doi: <https://doi.org/10.34023/2313-6383-2021-28-2-67-79>.

For citation: Ovcharov A.O. On the Improvement of Statistical Accounting for Tourist Trips Amidst Crisis. *Voprosy Statistiki*. 2021;28(2):67–79. (In Russ.)

В 2020 г. российская экономика испытала одновременно три шока — падение цен на нефть, сокращение экспорта (в первую очередь углеводородов) и локдаун, связанный с распространением COVID-19. От карантинных мер в наибольшей степени пострадала сфера услуг в целом и туристский рынок в частности. Он оказался в эпицентре кризиса — отрасль может лишиться десятков тысяч рабочих мест, резко сократятся туристские потоки и доходы, разрушатся цепочки связей между участниками рынка. С учетом сопряженности туризма с такими секторами, как общественное питание, перевозки, размещение и т. п., мультипликативный эффект от кризиса может привести к сокращению добавленной стоимости в сегменте «Туризм, путешествия, индустрия развлечений» до 50–70%.

В этой связи первоочередной мерой является разработка активной антикризисной политики, направленной на поддержку различных секторов и рынков, включая туризм. Эта политика должна основываться на научно обоснованном и объективном учете и оценке всех происходящих в экономике процессов. В отношении туризма необходимо достоверно знать масштабы сокращения числа поездок, падения туристских расходов, изменения доли туризма в ВВП страны и т. п., что возможно лишь благодаря грамотному применению методов статистического анализа.

В данной статье мы ставим задачи охарактеризовать существующие методы статистического учета туристских поездок как одной из ключевых категорий статистики туризма, проиллюстри-

ровать эти методы примерами, а также предложить ряд дополнений, позволяющих расширить возможности статистического наблюдения за поездками.

Краткий обзор литературы

Традиционный подход к статистическому учету туристских поездок заключается в сборе данных с помощью наблюдений (обследований), проводимых на пограничных пунктах, в самих туристских зонах (обследования в местах размещения) или в рамках обследований домашних хозяйств. Другими словами, именно обследования рассматриваются в международных документах по статистике туризма¹ в качестве основного источника официальной информации для учета поездок. Однако если сплошные пограничные обследования дают вполне достоверный и объективный результат, то выборочные обследования в местах назначения или обследования домашних хозяйств часто становятся предметом критики. Так, отмечается их высокая стоимость, приводящая к стремлению сократить затраты на обследования путем уменьшения объема выборки, что, в свою очередь, может приводить к предвзятости результатов [1]. Обследования обычно носят ретроспективный характер, а географический масштаб ограничен региональным уровнем — это ставит под угрозу сопоставимость данных во времени или в пространстве (между различными географическими районами) [2].

Помимо обследований, традиционные методы учета поездок базируются также на отчетности, получаемой национальными статистическими ор-

¹ См.: Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1r.pdf; Methodological manual for tourism statistics. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6454997/KS-GQ-14-013-EN-N.pdf/166605aa-c990-40c4-b9f7-59c297154277>.

ганами от туристских компаний, прежде всего от коллективных средств размещения. Из нее можно получить информацию о числе размещенных туристов и количестве ночевков в разбивке по типу жилья и стране проживания. Существенными проблемами такого способа учета являются отсутствие возможности охватить ненаблюдаемый туризм, а также наличие двойного счета — многие туристы во время одной поездки останавливаются ночевать в нескольких различных средствах размещения [3].

Традиционные методы сбора данных о поездках, несмотря на их критику, тем не менее остаются важнейшими элементами официальной статистической методологии туризма. Именно они используются национальными статистическими администрациями для наиболее полного отражения масштабов и динамики поездок. Так, в Норвегии начиная с 2002 г. ведутся выборочные ежеквартальные обследования населения в возрастной группе 16–79 лет в отношении поездок продолжительностью не менее одной ночи². Используется программное обеспечение CATI, которое объединяет IP-телефонию и систему опросов в едином интернет-сервисе. Подобные обследования проводятся и в Канаде — в этой стране для наблюдения за поездками используется трехэтапная выборка, стратифицированная по провинциям и уровню доходов³. На первом этапе в канадских провинциях отбирается около 40 000 домашних хозяйств с разными доходами. На втором этапе в каждом из них проводится ранжирование их членов по возрасту и случайным образом определяется один совершеннолетний представитель. Наконец на третьем этапе с помощью электронной анкеты собирается информация обо всех поездках, совершенных этим человеком в отчетном периоде (месяце). Данные обрабатываются и оцениваются статистическими методами; в частности, с помощью метода бутстрэп (bootstrap method) на базе исходной выборки производится многократное (500 раз) генерирование и взвешивание данных.

В зарубежных публикациях распространены также исследования, посвященные нетрадиционным методам учета поездок. Эти методы основаны на специфических источниках информации, называемых источниками больших данных

(Big Data) за их разнообразие, большой объем и высокую скорость распространения. Многие из этих данных измеряют человеческую активность (движение или перемещение), поэтому они могут быть использованы в исследованиях туризма, в том числе и для учета поездок [4]. Так, в своем обзоре [5] авторы обнаружили, что значительная часть исследований больших данных, связанных с туризмом, основана на пользовательском контенте, таком как онлайн-фотографии и сообщения в мессенджерах. С точки зрения статистики, его ценность заключается в наличии метаданных, встроенных в фотографии или сообщения. По метаданным можно идентифицировать место и время, то есть где и когда было отправлено сообщение или выложена фотография, а значит, можно идентифицировать поездку. Правда, такой подход подразумевает готовность туриста сделать данные о своем местоположении общедоступными, что в реальности не может быть гарантировано. Поэтому размеры получаемых таким способом выборок относительно невелики и не репрезентативны для создания полной картины поездок [6].

Перспективным нетрадиционным способом наблюдения за поездками в современной зарубежной литературе считается наблюдение на основе данных, полученных с устройств (например, смартфонов) с различными датчиками, позволяющими отслеживать перемещения туристов [7 и 8]. Речь идет о таких технологиях, как отслеживание с помощью GPS, мобильного позиционирования, Bluetooth, радиочастотной идентификации и т. п. Все эти технологии позволяют выявить пространственно-временные характеристики туристов с очень высокой степенью детализации, способствуя тем самым наиболее полному анализу перемещения туристов на протяжении всей поездки [9]. Так, с помощью данных пассивного мобильного позиционирования (mobile positioning data — MPD), представляющих собой координаты местоположения мобильных телефонов в сотовой сети и записи детализации вызовов, можно получать самые разные характеристики поездок (число прибытий и выбытий, страна происхождения туриста, продолжительность и пространственная протяженность визитов) [10]. Имеется опыт исполь-

² Travel survey. URL: <https://www.ssb.no/en/transport-og-reiseliv/statistikker/reise>.

³ National Travel Survey (NTS). URL: <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&Id=1276755>.

зования MPD при исследовании всех трех видов поездок: внутренних, въездных и выездных. Так, на основе MPD были построены пространственные модели внутренних туристских потоков между 32 городами Франции [11], проанализированы сезонные поездки эстонских туристов во вторые дома [12]. Въездные и выездные поездки могут быть идентифицированы благодаря роуминговым контрактам между операторами мобильной связи, что позволяет использовать мобильные телефоны как инструмент идентификации в странах, отличных от тех, в которых они зарегистрированы [13].

Следует отметить, что сегодня статистические органы разных стран параллельно с работой в рамках официальной статистики туризма проводят экспериментальные исследования для проверки эффективности использования нетрадиционных способов наблюдения за поездками (см., например, [14 и 15]). Потенциал таких способов был отмечен на международном уровне⁴. Более того, уже есть примеры стран, использующих источники больших данных в рамках существующей национальной статистики туризма. Так, в Эстонии база данных, основанная на MPD, охватывает всю страну и с 2008 г. применяется для учета въездных и выездных поездок⁵. В Индонезии такие данные в сочетании с трансграничными обследованиями используются с 2016 г. [16].

Таким образом, комбинация приемов официальной статистики и альтернативных методов должна дать, по мнению многих зарубежных исследователей, всеобъемлющую и последовательную оценку текущих пространственно-временных характеристик туристских поездок.

Помимо рассмотрения вопросов, связанных со спецификой статистического наблюдения за поездками, в современных зарубежных публикациях исследуется влияние различных видов туристских поездок на самые разные социально-экономические условия и обстоятельства. Так, в [17] с помощью VAR-моделей выявлено положительное влияние семейных туристских поездок на успеваемость детей. В частности, поездки с семьей в целях посещения культурных достопримечательностей повысили успехи детей в литературе и чтении, а спортивных меропри-

ятий — в математике. В рамках исследования так называемых геймифицированных (игровых) поездок (gamified trips) была предложена их классификация, выявлены побудительные причины участия, разработаны механизмы привлечения в такие поездки людей из разных потребительских сегментов [18]. Интересный результат был получен в [19] при изучении поведения людей, никогда не совершавших зарубежные поездки (в терминологии авторов — латентных туристов). Ставилась задача выяснить, возможно ли замещение таких поездок внутренними поездками. Логит-модель показала, что:

- а) внутренние поездки дополняют, а не заменяют зарубежные поездки;
- б) однодневные внутренние поездки заменяют зарубежные поездки для молодых поколений латентных туристов, но дополняют для старших поколений.

Следует отметить, что в научных трудах исследуются такие параметры туристских поездок, как оптимальные схемы маршрутов [20], половозрастные и личностные характеристики участников [21], возможности получения информации и использования информационных технологий [22] и т. д. В условиях нестабильной ситуации на рынках существует целый пласт исследований, посвященных рискам совершения туристских поездок, воздействию на них кризисов и факторов нестабильности. Оценки такого влияния делаются в разрезе различных видов поездок и различных географических зон (см., например, [23 и 24]). В этом контексте чрезвычайно актуальными становятся исследования, связанные с антикризисным управлением в туризме. В качестве примера можно привести работу, посвященную сигнальному подходу, то есть методам обнаружения и идентификации сигналов раннего предупреждения о наступлении кризиса [25]. Применение такого подхода позволит туристам безболезненно отказаться от поездок, скорректировать свои планы на путешествия, а правительствам — разработать пакет антикризисных мер.

Предметом исследований российских ученых также выступают характеристики, факторы и взаимосвязи, проявляющиеся при осуществле-

⁴ См., например: Eurostat Feasibility study on the use of mobile positioning data for tourism statistics. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/747990/6225717/MP-Consolidated-report.pdf>.

⁵ Methodology for the compilation of international travel statistics. URL: https://statistika.eestipank.ee/failid/mbo/valisreisid_eng.html.

нии поездок. Однако, в отличие от зарубежных публикаций, в российских статьях редко используются сложные эконометрические модели (отдельные исключения можно встретить, например, в работах [26 и 27]). Исследования ведутся в концептуальном ключе, активно используются методы статистического и факторного анализа при изучении разнообразных проблем российского туризма. Так, в [28] на основе количественного и качественного анализа географии туристских поездок сделан вывод о «тектоническом сдвиге» в российском туризме и изменении парадигмы отрасли. Процветание, по мнению автора, будет обеспечиваться благодаря внутренним и въездным поездкам. В [29] использование факторного анализа в отношении дестинаций Крыма позволило выявить сильную взаимосвязь между природными ресурсами республики и числом туристов, совершающих поездки по полуострову.

Отметим, что всплеск публикационной активности российских исследователей туризма наблюдался в период кризиса 2014–2015 гг., сопровождавшегося введением санкций и падением спроса на туристские поездки. В частности, было показано, что кризис и санкционный режим, несмотря на свои разрушительные последствия, переориентировали туристские поездки в сегмент внутреннего туризма [30], послужили стимулом развития региональных туристско-рекреационных кластеров [31], привели к структурным сдвигам в экономике, благодаря которым туризм получил возможность стать одним из отраслевых драйверов роста [32].

В целом во всех исследованиях, основанных на количественных методах анализа туризма, содержатся данные о поездках: их числе, динамике, взаимосвязях с другими переменными. Однако, на наш взгляд, важно понимать, как именно формируются исходные статистические данные о туристских поездках и возможны ли альтернативные варианты их получения. При этом, анализируя информацию по Российской Федерации, в рамках настоящего исследования мы ограничимся обращением к традиционным источникам, содержащим сведения о поездках, не используя применения технологии больших данных.

Методология статистического учета въездных и выездных туристских поездок

Предваряя наш анализ, следует подчеркнуть одну существенную в терминологическом плане деталь, связанную с разграничением понятий «посетитель» и «туристская поездка»⁶. До принятия ООН в 2008 г. международных рекомендаций по статистике туризма предметом дискуссий был вопрос в отношении того, что или кого считать первичной единицей статистического наблюдения — туристскую поездку или посетителя. Если таковой считать туристскую поездку, то объемы туризма будут измеряться количеством совершенных поездок. Если же в качестве первичной единицы рассматривать посетителя, то объемы туризма будут выражаться в тысячах или миллионах человек. Эти два подхода не равнозначны, поскольку один и тот же человек за период наблюдения может совершить несколько поездок. С принятием международных рекомендаций за основу взята концепция туристских поездок — основные статистические характеристики привязаны к понятию «туристская поездка», а не «посетитель».

До 2014 г. в Российской Федерации общее число туристских поездок определялось путем суммирования количества поездок по тем целям, которые согласно методологическим положениям статистики связаны с туризмом (выделялись четыре таких цели — туристские, служебные, частные и транзит). В 2014 г. подход к учету поездок изменился — была утверждена официальная статистическая методология оценки числа въездных и выездных туристских поездок. Исходя из международных рекомендаций, данная методология базируется на одном простом принципе. Он заключается в том, что для определения искомого числа поездок необходимо из общего количества поездок иностранных граждан в Россию (для определения числа въездных туристских поездок — $Ч_u$) или поездок российских граждан за рубеж (для определения числа выездных туристских поездок — $Ч_p$) вычесть те поездки, которые не относятся к туристским посещениям. Речь идет о поездках на постоянное место жительства, для занятий профессиональной деятельностью, на учебу и т. п. Подробные

⁶ Отметим также, что термины «посетитель» и «турист» близки по смыслу, но не равнозначны. Турист — это ночующий посетитель. В противном случае он считается экскурсантом или однодневным посетителем.

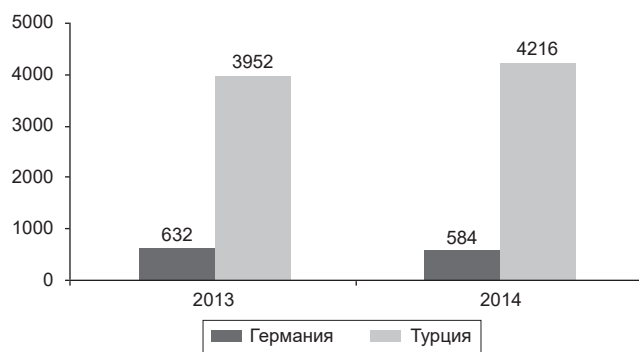


Рис. 1. Число поездок российских туристов в Турцию и немецких туристов в Россию в 2013 и 2014 гг. (тысяч)

Источники: данные Росстата.

математические формулы для нахождения $Ч_u$ и $Ч_p$ представлены в соответствующем приказе Росстата⁷.

В 2019 г. Росстат немного откорректировал свою методологию⁸. В частности, показатели числа иностранных студентов, обучающихся в системе высшего образования (B_u), и числа иностранных студентов, обучающихся в системе среднего профессионального образования (C_u), были заменены на один — число иностранных граждан, прибывших в Российскую Федерацию с целью учебы (Y_u). При определении $Ч_u$ ($Ч_p$) теперь следует из числа туристских поездок вычитать число прибывших (выехавших) дипломатов и работников консульских служб. Кроме того, для определения $Ч_p$ из числа выездных туристских поездок необходимо также вычесть число граждан Российской Федерации, выехавших за границу в качестве военнослужащих. Вместе с тем понятно, что подобные коррективы существенного изменения в методологию учета не привнесли.

Для сравнения данных о поездках по старому (до 2014 г.) и новому способу учета можно привести сведения о туристских поездках по отдельным популярным направлениям. Так, на рис. 1 приведены данные о выезде российских туристов в Турцию ($Ч_p$) и въезде немецких туристов в Россию ($Ч_u$). Мы взяли два года: 2013 (старая методика) и 2014 (новая методика). Как видно из рисунка, при устойчивом общем тренде развития туристского

рынка (кризис 2014–2015 гг. еще не проявился) существенных изменений при переходе на новую методику не произошло. Заметно лишь преобладание выездного туризма над въездным туризмом, что уже давно считается острой проблемой развития национальной туристской индустрии.

В качестве дополнения к данной методике определения числа поездок, на наш взгляд, можно использовать еще один подход, основанный на данных формы № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы»⁹. В ней имеется информация только о тех туристах, которые отправлены или приняты турфирмами (туроператорами или турагентами). Очевидно, что будет учтена только часть туристского потока, поскольку далеко не все граждане отправляются в поездки, воспользовавшись услугами турфирм. Сегодня очень много людей путешествуют, организуя свой отдых самостоятельно, без помощи посредников. Поэтому количество туристских поездок, полученное из формы № 1-турфирма, следует обозначить как $Ч_u^{орг}$ ($Ч_p^{орг}$) — организованные въездные (выездные) туристские поездки. Строка 404 формы № 1-турфирма будет соответствовать $Ч_p^{орг}$, строка 405 — $Ч_u^{орг}$. При необходимости расчета данных показателей по отдельным странам необходимо воспользоваться справкой № 2 к данной форме.

Поскольку определенная часть туристских поездок приходится на самостоятельный туризм, то $Ч_u^{неорг} < Ч_u$ и $Ч_p^{неорг} < Ч_p$. Эту часть легко найти из формул:

$$Ч_u^{неорг} = Ч_u - Ч_u^{орг}, \quad (1)$$

$$Ч_p^{неорг} = Ч_p - Ч_p^{орг}, \quad (2)$$

где — $Ч_u^{неорг}$ ($Ч_p^{неорг}$) — число неорганизованных въездных (выездных) туристских поездок, то есть поездок, совершенных посетителями в любых формах самостоятельного туризма.

Для иллюстрации такого подхода к определению числа въездных и выездных поездок в таблице представлены выборочные данные за 2018 г.

⁷ Приказ Росстата «Об утверждении официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристских поездок» (№ 510 от 12.08.2014).

⁸ Приказ Росстата «Об утверждении официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристских поездок» (№ 640 от 31.10.2019).

⁹ Приказ Росстата «Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за рыночными услугами, туризмом, транспортом и административными правонарушениями в сфере экономики» (№ 466 от 30.07.2018).

Число поездок граждан иностранных государств в Российскую Федерацию и граждан Российской Федерации за границу в 2018 г. (тысяч)

Страна	Въездные туристские поездки			Выездные туристские поездки		
	q_u	$q_u^{орг}$	$q_u^{неорг}$	q_p	$q_p^{орг}$	$q_p^{неорг}$
1	2	3	4	5	6	7
Израиль	225,4	1,1	224,3	356,1	16,6	339,5
Испания	116,2	16,7	99,5	961,1	145,4	815,7
Италия	205,1	12,7	192,4	1 086,4	105,4	981,0
Турция	84,4	0,8	83,6	5 719,7	2 212,2	3 507,5
Франция	207,5	21,6	185,9	476,0	35,7	440,3
США	326,3	29,7	296,6	213,4	4,9	208,5
Япония	105,2	16,7	88,5	80,3	6,7	73,6

Источник: данные Росстата и расчеты автора.

о поездках граждан иностранных государств в Российскую Федерацию и граждан Российской Федерации за рубеж. Данные по столбцам 2, 3, 5 и 6 взяты нами из публикаций на сайте Росстата, а по столбцам 4 и 7 получены расчетным путем с использованием вышеприведенных формул.

Из данных таблицы видно, что преобладающая часть как въездных, так и выездных туристских поездок приходится на неорганизованный туризм. Это полностью согласуется с тенденциями мирового туристского рынка — современный турист предпочитает планировать и совершать поездки самостоятельно, что дает ему массу преимуществ (большой выбор при бронировании отелей и видов транспорта, любые сроки, гибкие цены и т. п.).

Методы статистического учета внутренних туристских поездок

Во многих странах вклад внутреннего туризма в экономику более значителен, чем вклад въездного туризма. В новых условиях, связанных с распространением COVID-19, именно внутренний туризм может стать импульсом, способным реанимировать мировую туристскую индустрию. Вместе с тем оценку числа внутренних туристских поездок сделать гораздо сложнее, чем въездных (выездных), поскольку отсутствует факт пересечения государственной границы, подлежащий строгому учету. При этом можно выделить несколько способов (методов) статистического учета внутренних туристских поездок.

Первый метод — это оценивать такие поездки исходя из объемов пассажирских перевозок транспортом общего пользования по террито-

рии страны. Именно такой путь был предложен, например, в одном из сборников Росстата¹⁰. В этом случае нужно учитывать, что виды таких перевозок должны вписываться в подход Всемирной туристской организации (UNWTO), определяющий контуры туристского сегмента экономики посредством выделения так называемых типичных видов деятельности в туризме. Всего их 12, из которых пять агрегированных видов связаны с транспортом. Это железнодорожный (магистральный), водный, воздушный пассажирский транспорт, пассажирский дорожный транспорт, а также аренда транспорта. Если поездка совершается в пределах страны на одном из этих видов транспорта, то она считается туристской поездкой.

Главная проблема использования подхода к учету внутренних туристских поездок на основе наблюдения за пассажирскими перевозками заключается в том, что не любая поездка общественным транспортом согласуется с туристскими целями. Так, ежегодно в России железнодорожным транспортом дальнего сообщения перевозятся десятки и даже сотни миллионов человек. Очевидно, что многие из этих поездок были обусловлены профессиональной оплачиваемой и иной, не связанной с туризмом деятельностью. Поэтому они не могут считаться туристскими поездками. Кроме того, при таком подходе нельзя исключать и многократный учет одной и той же поездки. Например, турист к месту своего отдыха может добираться разными видами транспорта, например, сначала поездом, а потом междугородним автобусом — это будет учитываться как две поездки. Его обратный путь к месту постоянного проживания тоже должен

¹⁰ Платное обслуживание населения в России. 2013: Стат. сб. / Росстат. М., 2013. С. 265.

быть зафиксирован как две поездки. Следует также отметить, что оценка внутренних туристских потоков на основе регистрации пассажирских перевозок на общественном транспорте не учитывает поездки на личном транспорте, которые в определенное время (как правило, в отпускной сезон) самым тесным образом связаны с туризмом. Наконец, следует осторожно использовать данные о производстве в отраслях экономики, специализирующихся в том числе и на пассажирских перевозках, имея в виду, что данная группировка разработана для оценки размеров туристской индустрии. Другими словами, в макроэкономическом плане она предназначена не для измерения туристского спроса, а для оценки туристского предложения.

Второй возможный метод учета внутренних туристских поездок — это использование информации о количестве размещенных посетителей в гостиницах и иных объектах. Для того чтобы применять этот подход в российской практике, необходимо использовать данные формы № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения»¹¹ в той части, где содержатся сведения о постояльцах — гражданах России. Именно так предполагалось делать в соответствии с методикой Ростуризма, принятой еще в 2007 г. и до сих пор не отмененной и даже не откорректированной¹². Число внутренних туристских поездок (в методике используется термин «внутренний туристский поток») $Ч_в$ определяется на уровне субъекта Российской Федерации по формуле:

$$Ч_в = Ч_в^{КСР} + Ч_в^{вне КСР}, \quad (3)$$

где $Ч_в^{КСР}$ — число граждан России, размещенных в коллективных средствах размещения (КСР), оказывающих гостиничные услуги (данные берутся из формы № 1-КСР); $Ч_в^{вне КСР}$ — число граждан России, размещенных не в КСР (данные берутся из результатов специального обследования, проводимого в субъектах Российской Федерации).

Ростуризм рекомендовал проводить специальные обследования не реже одного раза в три года. Поэтому в годы, когда обследования не проводятся, данная формула примет вид:

$$Ч_в = Ч_в^{КСР} + Ч_в^{КСР} \times Q, \quad (4)$$

где Q — коэффициент досчета, рассчитываемый по формуле:

$$Q = \frac{Ч_в^{вне КСР}}{Ч_в^{КСР}}, \quad (5)$$

где $Ч_в^{вне КСР}$ — число граждан России и иностранных граждан, размещенных не в КСР (по данным последнего обследования), $Ч_в^{КСР}$ — число граждан России и иностранных граждан, размещенных в КСР.

По мнению авторов методики, подобный алгоритм позволит получать оценки объемов внутреннего туризма. Однако до сих пор не разработан единый механизм и инструментарий обследования (характеристика и методы определения выборочной совокупности, порядок опроса, анкетные формы и т. п.), то есть опыт определения коэффициента Q , а значит и $Ч_в$, отсутствует¹³. В целом данные, полученные от КСР, могут служить только одним из источников информации о внутренних потоках, но при этом не в состоянии обеспечить пользователей полной и достоверной информацией.

Третий метод учета внутренних туристских поездок — это использование формы № 1-турфирма. Так же, как и в случае с въездными (выездными) поездками, здесь идет речь об организованном туризме. На основе данной формы (строка 403 раздела 4) можно найти $Ч_в^{орг}$ — число организованных внутренних туристских поездок. На рис. 2 показана динамика $Ч_в^{орг}$ в сравнении с динамикой показателя $Ч_в^{орг}$, характеризующего организованные поездки граждан Российской Федерации в Турцию — самое популярное выездное направление.

На рисунке хорошо видно, что 2009 г. стал своеобразной «точкой пересечения» туристских

¹¹ Приказ Росстата от 22.07.2019 № 418 «Об утверждении форм статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за внутренней и внешней торговлей, туризмом, платными услугами населению, транспортом и административными правонарушениями в сфере экономики».

¹² Приказ Ростуризма от 18.07.2007 № 69 «Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации».

¹³ Во всяком случае, автор данной статьи в открытых официальных публикациях Росстата и Ростуризма не обнаружил каких-либо апробаций по этой методике. Иногда встречаются работы, частично использующие данный подход для оценок внутреннего туристского потока для отдельных регионов, например г. Москвы [33 и 34].

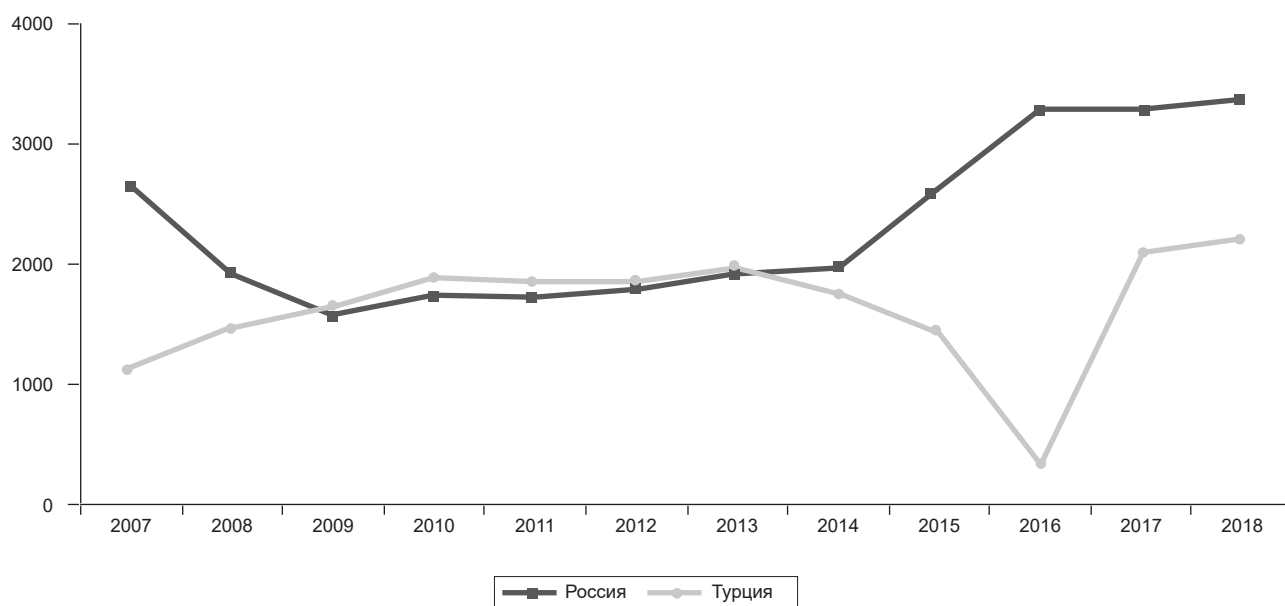


Рис. 2. Число организованных туристскими фирмами поездок граждан Российской Федерации внутри страны и выездных поездок в Турцию, 2007–2018 гг. (тысяч)

Источник: данные Росстата и расчеты автора.

потоков, после которой вплоть до 2014 г. турфирмы стали отправлять российских граждан в туры по России и в Турцию «параллельными курсами». Затем наблюдается резкий «провал» выезда, связанный с кризисом и запретом поездок в Турцию. И лишь с 2017 г. можно говорить о возобновлении тенденции «параллельных курсов», но с явным преобладанием (в объемах более 1 млн поездок в год) внутренних туристских поездок.

Отметим, что рассчитать $\chi_{\epsilon}^{орг}$ для конкретного субъекта Российской Федерации по данным строки 403 формы № 1-турфирма не получится, поскольку это информация не об объемах поездок внутри региона, а о поездках из одного региона в другой. Для расчета числа организованных внутренних региональных туристских поездок ($\chi_{\epsilon}^{орг.рег}$) необходимо воспользоваться формулой:

$$\chi_{\epsilon}^{орг.рег} = P_{\epsilon} + C_{\epsilon}, \quad (6)$$

где P_{ϵ} — число поездок российских граждан в пределах данного («своего») региона, C_{ϵ} — число поездок российских граждан в данный регион из других регионов.

Для определения P_{ϵ} и C_{ϵ} необходимо обратиться к форме № 1-турфирма, в которой представлена информация о числе отправленных российских туристов в разрезе субъектов Российской Федерации. Поясним этот алгоритм на примере условного региона А. Для расчета P_{ϵ} необходимо от всех турфирм, работающих в субъекте А, собрать данные об отправке туристов по своему региону — соответствующая субъекту А строка справки № 1. Для расчета C_{ϵ} нужно суммировать данные по отправке туристов в субъект А из всех других субъектов — Б, С, Д и т. д. Например, от турфирм, работающих в субъекте Б, потребуются данные той же самой строки справки, соответствующей субъекту А. Другими словами, нужна информация из всех остальных субъектов Российской Федерации (кроме субъекта А, для которого рассчитывается $\chi_{\epsilon}^{орг.рег}$) об отправке туристов исключительно в данный регион.

Из существующих открытых баз данных Росстата получить такую информацию в настоящее время невозможно, поскольку задача определения $\chi_{\epsilon}^{орг.рег}$ никогда не ставилась. Вместе с тем использование простейших программных средств позволит получить $\chi_{\epsilon}^{орг.рег}$ для любого российского региона.

* *
*

Литература

В данной работе был осуществлен краткий обзор исследований, касающихся проблем использования традиционных источников данных и источников больших данных для статистического учета туристских поездок. Понятие «поездка» в современной статистике туризма считается базовой категорией, на основе которой формируются многие другие статистические показатели (ночевки, расходы и т. п.). Поэтому разработка методов учета и анализа самых разных характеристик поездок (видов, объемов, динамики и т. п.) является одной из центральных проблем в прикладных статистических исследованиях туризма.

Нами установлено, что в российских условиях учет въездных и выездных поездок осуществляется по разработанной и унифицированной с международными подходами методологии, которая начиная с 2014 г. успешно применяется в нашей стране. На основе данных статистических форм мы получаем объективное представление о существующей ситуации — явном преобладании выездного туризма над въездным. Все попытки переломить тенденцию, сформировать образ России как привлекательной для иностранных туристов дестинации пока не увенчались успехом.

С точки зрения всеобъемлющего учета, наиболее трудной задачей является наблюдение за внутренними поездками. В статье представлены возможные направления ее решения с указанием на ограниченность их применения, приведены иллюстрации, сформулирован ряд дополнений и предложений. Общий вывод: на наш взгляд, в принципе невозможен полный и абсолютно достоверный учет внутренних туристских поездок, поскольку при их осуществлении отсутствует факт пересечения государственной границы. Кроме того, развиваются самые разные формы самостоятельного туризма, отследить которые чрезвычайно сложно.

Тем не менее следует на практике применять все способы наблюдения за туристскими поездками. В конечном счете это необходимо для объективного отражения масштабов туристской активности, что в условиях кризиса может стать основой для выработки эффективных мер поддержки туристского сектора экономики.

1. **Beaman J.G., Huan T.-C., Beaman J.P.** Tourism Surveys: Sample Size, Accuracy, Reliability, and Acceptable Error // *Journal of Travel Research*. 2004. Vol. 43. Iss. 1. P. 67–74. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287504265514>.
2. **De Cantis S.** et al. Unobserved Tourism // *Annals of Tourism Research*. 2015. Vol. 50. P. 1–18. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.002>.
3. **Guizzardi A., Bernini C.** Measuring Underreporting in Accommodation Statistics: Evidence from Italy // *Current Issues in Tourism*. 2012. Vol. 15. Iss. 6. P. 597–602. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.667071>.
4. **Demunter C.** Tourism Statistics: Early Adopters of Big Data? 2017 Edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. 30 p. doi: <https://doi.org/10.2785/202932>.
5. **Li J.** et al. Big Data in Tourism Research: A Literature Review // *Tourism Management*. 2018. Vol. 68. P. 301–323. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.009>.
6. **Quan Vu H., Law R., Li G.** Breach of Traveller Privacy in Location-Based Social Media // *Current Issues in Tourism*. 2019. Vol. 22. Iss. 15. P. 1825–1840. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1553151>.
7. **Shoval N., Ahas R.** The Use of Tracking Technologies in Tourism Research: A Review of the First Decade // *Tourism Geographies*. 2016. Vol. 18. Iss. 5. P. 587–606. doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1214977>.
8. **Grinberger A.Y., Shoval N.** Spatiotemporal Contingencies in Tourists' Intradiurnal Mobility Patterns // *Journal of Travel Research*. 2019. Vol. 58. Iss. 3. P. 512–530. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287518757372>.
9. **Batista e Silva F.** et al. Analysing Spatiotemporal Patterns of Tourism in Europe at High-Resolution with Conventional and Big Data Sources // *Tourism Management*. 2018. Vol. 68. P. 101–115. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.020>.
10. **Saluveer E.** et al. Methodological Framework for Producing National Tourism Statistics from Mobile Positioning Data // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol. 81. Article 102895. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102895>.
11. **Vanhoof M.** et al. Exploring the Use of Mobile Phone Data for Domestic Tourism Trip Analysis // *Netcom. Networks and Communications Studies*. 2017. Vol. 31. Iss. 3/4. P. 335–372. doi: <https://doi.org/10.4000/netcom.2742>.
12. **Silm S., Ahas R.** The Seasonal Variability of Population in Estonian Municipalities // *Environment and Planning A: Economy and Space*. 2010. Vol. 42. Iss. 10. P. 2527–2546. doi: <https://doi.org/10.1068/a43139>.
13. **Ahas R.** et al. Evaluating Passive Mobile Positioning Data for Tourism Surveys: An Estonian Case Study // *Tourism Management*. 2008. Vol. 29. Iss. 3. P. 469–486. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.014>.
14. **Dattilo B., Sabato M.** Travelling SIM and Trips: An Approach to Make Mobile Phone Data Usable in Tourism Statistics. Proc. of Int. Biennial Sci. Conf. «New Techniques and Technologies for Statistics». Brussels: Eurostat, 2017.

15. **Demunter C., Seynaeve G.** Better Quality of Mobile Phone Data Based Statistics Through the Use of Signalling Information – The Case of Tourism Statistics. Proc. of Int. Biennial Sci. Conf. «New Techniques and Technologies for Statistics». Brussels: Eurostat, 2017.
16. **Lestari T.K.** et al. Indonesia's Experience of Using Signaling Mobile Positioning Data for Official Tourism Statistics. 15th Global Forum on Tourism Statistics. Cusco, Peru. 28–30 November 2018.
17. **Park S.Y., Pan B., Ahn J.B.** Family Trip and Academic Achievement in Early Childhood // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol. 80. Article 102795. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102795>.
18. **Shen Ye** et al. What Motivates Visitors to Participate in a Gamified Trip? A Player Typology Using Q Methodology // *Tourism Management*. 2020. Vol. 78. Article 104074. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104074>.
19. **Kim H.-R., Yi Ch., Jang Y.** Relationships Among Overseas Travel, Domestic Travel, and Day Trips for Latent Tourists Using Longitudinal Data // *Tourism Management*. 2019. Vol. 72. P. 159–169. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.018>.
20. **Lew A., McKercher B.** Trip Destinations, Gateways and Itineraries: The Example of Hong Kong // *Tourism Management*. 2002. Vol. 23. Iss. 6. P. 609–621. doi: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00026-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00026-2).
21. **Hahn J.-S.** et al. Trip Making of Older Adults in Seoul: Differences in Effects of Personal and Household Characteristics by Age Group and Trip Purpose // *Journal of Transport Geography*. 2016. Vol. 57. P. 55–62. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2016.09.010>.
22. **Chang G., Caneday L.** Web-based GIS in Tourism Information Search: Perceptions, Tasks, and Trip Attributes // *Tourism Management*. 2011. Vol. 32. Iss. 6. P. 1435–1437. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.006>.
23. **Garau-Vadell J.B., Gutierrez-Taño D., Diaz-Armas R.** Economic Crisis and Residents' Perception of the Impacts of Tourism in Mass Tourism Destinations // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2018. Vol. 7. P. 68–75. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>.
24. **Eugenio-Martin J.L., Campos-Soria J.A.** Economic Crisis and Tourism Expenditure Cutback Decision // *Annals of Tourism Research*. 2014. Vol. 44. P. 53–73. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.013>.
25. **Paraskevas A., Altinay L.** Signal Detection as the First Line of Defence in Tourism Crisis Management // *Tourism Management*. 2013. Vol. 34. P. 158–171. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.007>.
26. **Беднова М.А., Ратникова Т.А.** Эконометрический анализ спроса на въездной туризм в России // *Прикладная эконометрика*. 2011. Т. 21. № 1. С. 97–113.
27. **Федорова Е.А., Черникова Л.И., Пастухова А.Э.** Региональные рейтинги оценки уровня развития туризма // *Пространственная экономика*. 2020. Т. 16. № 1. С. 100–122. doi: <https://doi.org/10.14530/se.2020.1.100-122>.
28. **Александрова А.Ю.** География туристских потоков в Российской Федерации: статистика, тренды, проблемы // *Наука. Инновации. Технологии*. 2017. № 1. С. 95–108.
29. **Ячменева В.М., Фокина Н.А.** Факторный анализ показателей развития туризма в дестинациях Республики Крым // *Сервис в России и за рубежом*. 2016. Т. 10. № 3(64). С. 159–170. doi: <https://doi.org/10.12737/20108>.
30. **Нуреев Р.М., Петраков П.К.** Экономические санкции против России: ожидания и реальность // *Мир новой экономики*. 2016. № 3. С. 14–31.
31. **Голубчиков С.Н., Хетагурова В.Ш., Брюханова Г.А.** Экономический кризис как стимул развития рекреационно-туристского комплекса северного Подмосковья // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2015. Т. 9. № 2. С. 41–47. doi: <https://doi.org/10.12737/11394>.
32. **Леонидова Е.Г., Сидоров М.А.** Структурные изменения экономики: поиск отраслевых драйверов роста // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2019. Т. 12. № 6. С. 166–181. doi: <https://doi.org/10.15838/esc.2019.6.66.9>.
33. **Кислова Ю., Казунина А.** Методика оценки туристских потоков на территорию города Москвы // *Логистика*. 2016. № 12(121). С. 18–29.
34. **Юркевич М.В.** Методы оценки внутренних туристских потоков в город Москву в 2012 г. // *Российский экономический интернет-журнал*. 2013. № 4. URL: <https://readera.org/metody-ocenki-vnutrennegoturistskih-potokov-v-gorod-moskvu-v-2012-g-142110996> (дата обращения 16.06.2020).

Информация об авторе

Овчаров Антон Олегович — д-р экон. наук, профессор кафедры бухгалтерского учета, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского. 603950, г. Нижний Новгород, проспект Гагарина, 23. E-mail: anton19742006@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4921-7780>.

Финансирование

Исследование выполнено в рамках базовой части государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, проект 0729-2020-0056 «Современные методы и модели диагностики, мониторинга, предупреждения и преодоления кризисных явлений в экономике в условиях цифровизации как способ обеспечения экономической безопасности Российской Федерации».

References

1. **Beaman J.G., Huan T.-C., Beaman J.P.** Tourism Surveys: Sample Size, Accuracy, Reliability, and Acceptable Error. *Journal of Travel Research*. 2004;43(1):67–74. Available from: <https://doi.org/10.1177/0047287504265514>.
2. **De Cantis S.** et al. Unobserved Tourism. *Annals of Tourism Research*. 2015;(50):1–18. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.002>.
3. **Guizzardi A., Bernini C.** Measuring Underreporting in Accommodation Statistics: Evidence from Italy. *Current Issues in Tourism*. 2012;15(6):597–602. Available from: <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.667071>.
4. **Demunter C.** *Tourism Statistics: Early Adopters of Big Data? 2017 Edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union; 2017. 30 p. Available from: <https://doi.org/10.2785/202932>.
5. **Li J.** et al. Big Data in Tourism Research: A Literature Review. *Tourism Management*. 2018;(68):301–323. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.009>.
6. **Quan Vu H., Law R., Li G.** Breach of Traveller Privacy in Location-Based Social Media. *Current Issues in Tourism*. 2019;22(15):1825–1840. Available from: <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1553151>.
7. **Shoval N., Ahas R.** The Use of Tracking Technologies in Tourism Research: A Review of the First Decade. *Tourism Geographies*. 2016;18(5):587–606. Available from: <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1214977>.
8. **Grinberger A.Y., Shoval N.** Spatiotemporal Continuities in Tourists' Intradiurnal Mobility Patterns. *Journal of Travel Research*. 2019;58(3):512–530. Available from: <https://doi.org/10.1177/0047287518757372>.
9. **Batista e Silva F.** et al. Analysing Spatiotemporal Patterns of Tourism in Europe at High-Resolution with Conventional and Big Data Sources. *Tourism Management*. 2018;(68):101–115. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.020>.
10. **Saluveer E.** et al. Methodological Framework for Producing National Tourism Statistics from Mobile Positioning Data. *Annals of Tourism Research*. 2020;(81). Article 102895. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102895>.
11. **Vanhoof M.** et al. Exploring the Use of Mobile Phone Data for Domestic Tourism Trip Analysis. *Netcom. Networks and Communications Studies*. 2017;31(3/4):335–372. Available from: <https://doi.org/10.4000/netcom.2742>.
12. **Silm S., Ahas R.** The Seasonal Variability of Population in Estonian Municipalities. *Environment and Planning A: Economy and Space*. 2010;42(10):2527–2546. Available from: <https://doi.org/10.1068/a43139>.
13. **Ahas R.** et al. Evaluating Passive Mobile Positioning Data for Tourism Surveys: An Estonian Case Study. *Tourism Management*. 2008;29(3):469–486. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.014>.
14. **Dattilo B., Sabato M.** Travelling SIM and Trips: An Approach to Make Mobile Phone Data Usable in Tourism Statistics. *Proc. of Int. Biennial Sci. Conf. «New Techniques and Technologies for Statistics»*. Brussels: Eurostat; 2017.
15. **Demunter C., Seynaeve G.** Better Quality of Mobile Phone Data Based Statistics Through the Use of Signalling Information – The Case of Tourism Statistics. *Proc. of Int. Biennial Sci. Conf. «New Techniques and Technologies for Statistics»*. Brussels: Eurostat; 2017.
16. **Lestari T.K.** et al. Indonesia's Experience of Using Signaling Mobile Positioning Data for Official Tourism Statistics. *15th Global Forum on Tourism Statistics, 28–30 November 2018, Cusco, Peru*.
17. **Park S.Y., Pan B., Ahn J.B.** Family Trip and Academic Achievement in Early Childhood. *Annals of Tourism Research*. 2020;(80). Article 102795. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102795>.
18. **Shen Y.** et al. What Motivates Visitors to Participate in a Gamified Trip? A Player Typology Using Q Methodology. *Tourism Management*. 2020;(78). Article 104074. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104074>.
19. **Kim H.-R., Yi Ch., Jang Y.** Relationships Among Overseas Travel, Domestic Travel, and Day Trips for Latent Tourists Using Longitudinal Data. *Tourism Management*. 2019;(72):159–169. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.018>.
20. **Lew A., McKercher B.** Trip destinations, Gateways and Itineraries: The Example of Hong Kong. *Tourism Management*. 2002;23(6):609–621. Available from: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00026-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00026-2).
21. **Hahn J.-S.** et al. Trip Making of Older Adults in Seoul: Differences in Effects of Personal and Household Characteristics by Age Group and Trip Purpose. *Journal of Transport Geography*. 2016;(57):55–62. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2016.09.010>.
22. **Chang G., Caneday L.** Web-based GIS in Tourism Information Search: Perceptions, Tasks, and Trip Attributes. *Tourism Management*. 2011;32(6):1435–1437. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.006>.
23. **Garau-Vadell J.B., Gutierrez-Taño D., Diaz-Armas R.** Economic Crisis and Residents' Perception of the Impacts of Tourism in Mass Tourism Destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2018;(7):68–75. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>.
24. **Eugenio-Martin J.L., Campos-Soria J.A.** Economic Crisis and Tourism Expenditure Cutback Decision. *Annals of Tourism Research*. 2014;(44):53–73. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.013>.
25. **Paraskevas A., Altinay L.** Signal Detection as the First Line of Defence in Tourism Crisis Management. *Tourism Management*. 2013;(34):158–171. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.007>.
26. **Bednova M.A., Ratnikova T.A.** Econometric Analysis of the Demand for the Incoming Tourism in Russia. *Applied Econometrics*. 2011;21(1):97–113. (In Russ.)
27. **Fedorova E.A., Chernikova L.I., Pastukhova A.E.** Regional Ratings for Assessing the Level of Tourism Growth. *Spatial Economics*. 2020;16(1):100–122. (In Russ.) Available from: <https://doi.org/10.14530/se.2020.1.100-122>.
28. **Aleksandrova A.Yu.** Geography of Tourist Flows in the Russian Federation: Statistics, Trends, Challenges. *Science. Innovations. Technologies*. 2017;(1):95–108. (In Russ.)

29. **Yachmeneva V.M., Fokina N.A.** Factor Analysis of Indicators of Tourism Development in Destinations of the Republic of Crimea. *Services in Russia and Abroad*. 2016;3(64):159–170. (In Russ.) Available from: <https://doi.org/10.12737/20108>.

30. **Nureev R.M., Petrakov P.K.** Economic Sanctions Against Russia: Expectations and Reality. *The World of New Economy*. 2016;10(3):14–31. (In Russ.)

31. **Golubchikov S.N., Khetagurova V.S., Bryukhanova G.A.** The Economic Crisis as Incentive to the Development of the Recreational and Tourist Complex in Northern Moscow Region. *Service & Tourism: Current Challenges*. 2015;9(2):41–47. (In Russ.) Available from: <https://doi.org/10.12737/11394>.

32. **Leonidova E.G., Sidorov M.A.** Structural Changes in the Economy: Searching for Sectoral Drivers of Growth. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. 2019;12(6):166–181. (In Russ.) Available from: <https://doi.org/10.15838/esc.2019.6.66.9>.

33. **Kislova Yu., Kazunina A.** Methodology Assessing the Tourist Flows to the Territory of Moscow. *Logistics*. 2016;12(121):18–29. (In Russ.)

34. **Yurkevich M.V.** Methods for Assessing the Domestic Tourist Flow of Moscow in 2012. *Russian Economic Online Journal*. 2013;(4). (In Russ.) Available from: <https://readera.org/metody-ocenki-vnutrennego-turistskih-potokov-v-gorod-moskvu-v-2012-g-142110996> (accessed 16.06.2020).

About author

Anton O. Ovcharov – Dr. Sci. (Econ.), Professor, Department of Accounting, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (UNN). 23, Gagarin Ave., Nizhnij Novgorod, 603950, Russia. E-mail: anton19742006@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4921-7780>.

Funding

The study was carried out within the framework of the basic part of the state assignment of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation, project 0729-2020-0056 «Modern Methods and Models for Diagnosing, Monitoring, Preventing and Overcoming Crisis Phenomena in the Economy in the Context of Digitalization as a Way to Ensure the Economic Security of the Russian Federation».