

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

**Внутренний туризм в российской экономике:
анализ современного состояния отрасли****Domestic Tourism in the Russian Economy: Analysis of the Current State of the Industry**

DOI 10.12737/2587-9111-2022-10-5-36-41

Получено: 2 августа 2022 г. / Одобрено: 12 сентября 2022 г. / Опубликовано: 25 октября 2022 г.

Гриднева Б.О.ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»,
Россия, 625000, г. Тюмень, ул. Володарского, д. 38,
e-mail: mushkam@inbox.ru**Gridneva B.O.**Industrial University of Tyumen,
38, Volodarskiy St., Tyumen, 625000, Russia,
e-mail: mushkam@inbox.ru**Аннотация**

Сложившаяся сложная геополитическая ситуация, а также неблагоприятная эпидемиологическая ситуация сформировали у россиян новый образ жизни, потребления и трудовой активности. Сегодня россияне все чаще выбирают для туристических поездок соседние или дальние регионы нашей страны, придавая новый импульс развитию внутреннего туризма. В статье описываются современные тенденции функционирования внутреннего туризма и его роли в социально-экономическом развитии страны и отдельных регионов.

Ключевые слова: внутренний туризм, пандемия, туристические агентства, туристический пакет, инвестиционная активность, туристическая фирма.

Abstract

The current difficult geopolitical situation, as well as the unfavorable epidemiological situation, have formed a new way of life, consumption and labor activity among Russians. Today, Russians are increasingly choosing neighboring or distant regions of our country for tourist trips, giving a new impetus to the development of domestic tourism. The article describes the current trends in the functioning of domestic tourism and its role in the socio-economic development of the country and individual regions.

Keywords: domestic tourism, pandemic, travel agencies, travel package, investment activity, travel company.

Туристическая отрасль характеризуется особенностью потребления, когда не продукт доставляется покупателю, а потребитель перемещается к месту создания продукта. Потребление в туристической отрасли предполагает развитие не только самой отрасли, но и очень сильно затрагивает практически всю хозяйственную деятельность региона [1, с. 162]. Потребление туристического продукта одновременно предполагает потребление услуг гостиниц, предприятий общественного питания, транспортных услуг, сферы культуры и развлечений и пр. Таким образом, развитие внутреннего туризма способствует развитию инфраструктуры региона, созданию рабочих мест, развитию местных ремесел, развитию товарооборота в регионе и пр. Кроме того, немаловажным фактором является увеличение налоговых сборов в бюджет региона, которые оплачивают и предприниматели, занятые в сфере туризма, и бизнес-сообщества сопутствующих отраслей.

В то же время, мультипликационный эффект от развития внутреннего туризма проявляется в увеличении доходов регионов по мере роста расходов туристов в процессе потребления услуг. Чем больше туристический поток, тем больше денежных средств оставляют туристы в том или ином регионе. Чем больше получают выручку компании, обслуживающие туристов (гостиницы, кафе, спортивные заведения и пр.), тем больше предъявляют они спрос

на продукты и услуги, сопутствующие своей деятельности (коммунальные, клининговые услуги, страховые, банковские продукты и пр.) [2, с. 129]. И чем больше средств получают от обслуживания туристических потоков компании, тем больше мультипликационный эффект для данного региона.

Однако, именно туристическая отрасль оказалась наиболее чувствительна к негативным факторам современного этапа развития национальной экономики: пандемия и обострение геополитических отношений [3, с. 45]. О неблагоприятном влиянии данных факторов свидетельствует отрицательная динамика количества субъектов туристической отрасли, функционирующих в российской экономике (см. рис. 1). Так, набранные темпы роста числа фирм в 2018–2019 гг., в период пандемии резко пошли на спад, формируя отрицательные величины: в 2021 г. в экономике России функционирует лишь 80% туристических фирм относительно уровня 2018 г.

Что касается внутреннего туризма, то здесь, наоборот, современные тренды развития национальной экономики привели к оживлению данного сектора. Так, на фоне снижения количества проданных туристических пакетов на рубеж в 2020 г., спрос на путевки по внутренним направлениям увеличился и продолжает расти на сегодняшний день (см. рис. 2).

О росте объемов внутреннего рынка свидетельствует также и заполняемость гостиниц; увеличение

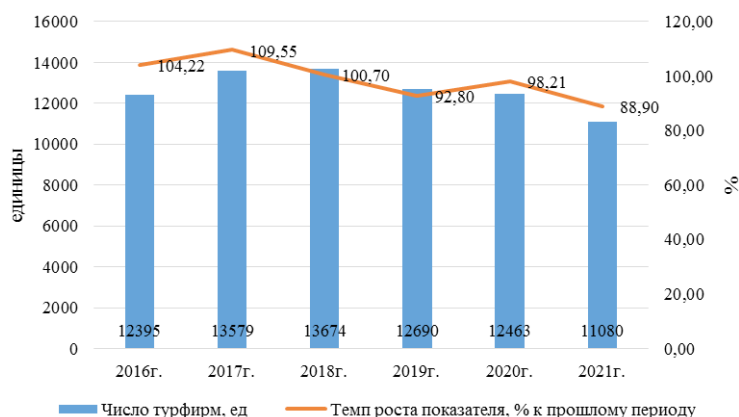


Рис. 1. Динамика числа туристических фирм в национальной экономике за период 2016–2021 гг. [4]

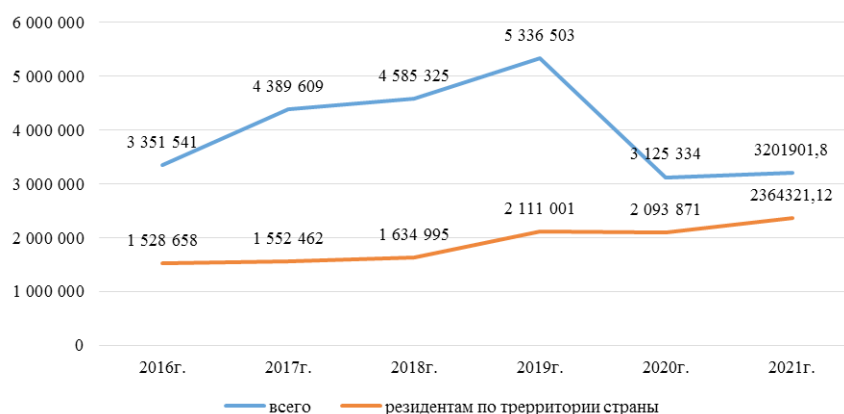


Рис. 2. Динамика количества туристических пакетов, проданных населению России за период 2016–2021 гг., ед. [4]

числа россиян, отправляющихся в путешествие в регионы России на короткий промежуток времени, а также в регионы-соседи. Большую роль в оживлении внутреннего туризма, в информировании россиян о туристских направлениях играют и отечественные туристические компании. Сегодня они охотно работают в секторе внутреннего туризма, рекламируя и информируя клиентов о туристско-рекреационных возможностях регионов страны [5]. Существенную роль в развитии внутрироссийского туризма играют сами регионы. Именно регионы формируют необходимую инфраструктуру, выделяя конкурентные преимущества своей территории, развивают такие направления, как индустриальный туризм, медицинский туризм, этнический туризм, экологический туризм.

Наиболее популярными для россиян являются регионы Центрального федерального округа (см. рис. 3), в направлении которых в 2020 г. приходилось более половины реализованных туристических путевок. Привлекательным в 2020 г. для жителей России стал Дальневосточный округ. Характерной особенностью внутрироссийского туризма являются очень

короткие туры (не более 10 дней), куда туристы отправляются в целях «смены картинки» и развлечений [6, с. 19]. Более 15% российских туристов предпочитают путешествовать морским транспортом и более 12% — автомобилям. Медицинский туризм в регионы-здравницы отправляются около 8% граждан страны.

О росте популярности внутреннего туризма в современных условиях свидетельствует и положительная динамика роста стоимости проданных турпакетов по внутренним направлениям (см. рис. 4). В 2021 г. туристические компании продали россиянам путевки в регионы страны в 1,76 раз больше, чем в 2016 г. Разумеется, одним из факторов роста стоимости проданных турпакетов, являются инфляционные процессы в российской экономике [7, с. 197], рост цен и на средства размещения, повышение стоимости услуг санаторно-курортного комплекса. Однако, по результатам опроса, большинство руководителей туристских фирм (более 64%) подтверждают заметное оживление и устойчивый рост популярности внутреннего туризма для граждан России.

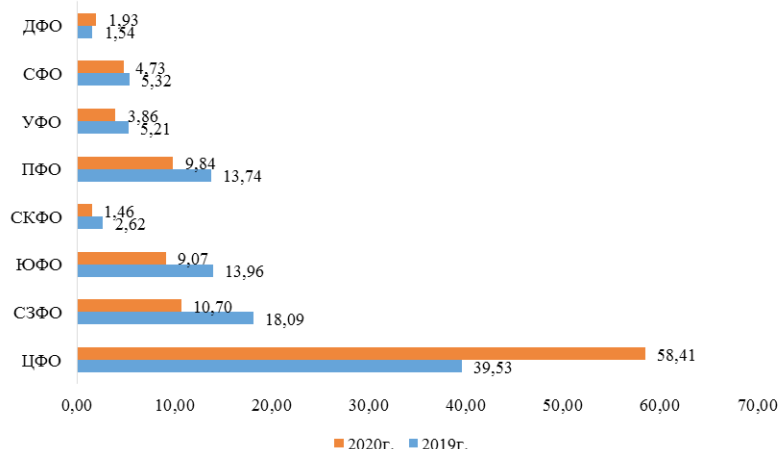


Рис. 3. Региональная структура реализованных турпакетов по внутренним направлениям, % к общему числу проданных пакетов [4]

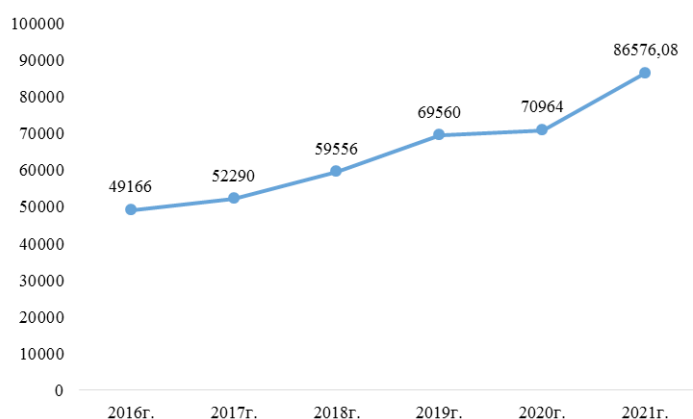


Рис. 4. Динамика стоимости проданных турпакетов по внутренним направлениям за период 2016–2021 гг., млн руб. [4]

Такая положительная динамика роста данного сектора туристической отрасли объясняется рядом причин:

- повышение качества предоставляемых услуг на местах пребывания (как в гостиницах, так и на предприятиях общественного питания);
- реконструкция санаторно-курортных комплексов в ряде регионов, модернизация оздоровительных объектов;
- ограничения на выезд в зарубежные страны;
- «легализация» большого числа средств размещения в регионах и возможностей их бронирования в открытом доступе;
- развитие современных технологий [8, с.58], позволяющих в любое время из любого региона заранее узнать подробности, оплатить, и совершить «демо версию» экскурсии в место пребывания и др.

Основные потребности туристов — это потребности в передвижении, проживании и питании.

Следовательно, услуги средств размещения, предприятий питания и транспортных организаций являются обязательными для осуществления туристской деятельности. Средства размещения (гостиницы, отели, частные квартиры и т.д.) и предприятия питания (рестораны, кафе, бары) обеспечивают условия для нормальной жизнедеятельности туристов. Транспортные средства осуществляют их доставку к местам отдыха и обеспечивают внутри-маршрутные передвижения. Таким образом, развитие внутреннего туризма способствует снижению уровня безработицы в регионах [9, с. 121], развитию товарооборота на потребительских региональных рынках, развитию конкуренции в сегменте, повышению уровня доходов занятых в данной отрасли, а также в смежных секторах [10, с. 18]. Потребление основных услуг является предпосылкой для удовлетворения дополнительных потребностей туристов, являющихся главной целью поездки — потребностей во впечатлениях, развлечениях, деловых встречах, курортном обслуживании.

Дополнительные потребности туристов удовлетворяются услугами предприятий сервиса, торговли, культурных и развлекательных учреждений. Поэтому, помимо непосредственно туристической деятельности по обслуживанию посетителей значительного объема труда требуют предприятия сопряженных с туризмом отраслей экономики: торговли, строительства, связи и т.д.

Так, в российской туристической отрасли сегодня трудятся более 1 млн человек (см. рис. 5). Очевидно, что сокращение числа туристических фирм в сложный экономический период 2020–2021 гг. привело к снижению количества занятых в отрасли: большую часть трудовых ресурсов в туризме поглощают гостиничное и ресторанное хозяйство, транспортные предприятия, туроператоры и турагенты.

Характерным является и стабильный уровень заработной платы в отрасли. Несмотря на, казалось бы, сезонный характер услуг, разнообразие видов и направлений туристического потока, обеспечивают ежегодные темпы роста средней заработной

платы (см. рис. 6). Некоторое снижение показателя в I квартале 2022 г. объясняется, отчасти, вынужденной оптимизацией затрат компаний, предполагающей сокращение расходов на заработную плату [10, с. 19] в сложных экономических и геополитических условиях того периода.

Сегодня внутренний туризм приобретает все большее значение для регионального развития. В регионах, удаленных от центра или имеющих слаборазвитую экономическую систему создание и активное развитие туристического сегмента позволит им выровнять уровень экономического и социального развития, а создание новых рабочих мест в регионе приостановит отток местных жителей в города. Кроме того, развитие внутреннего туризма позволит сохранить, а где-то и возродить местные культурные ценности, восстановить памятники истории и культуры, повысить спрос на товары местного производства.

В настоящее время к первоочередным задачам государственных органов по управлению туризмом относится создание эффективных условий для работы



Рис. 5. Динамика численности работников российской туристической отрасли в период 2016–2022 гг. [4]

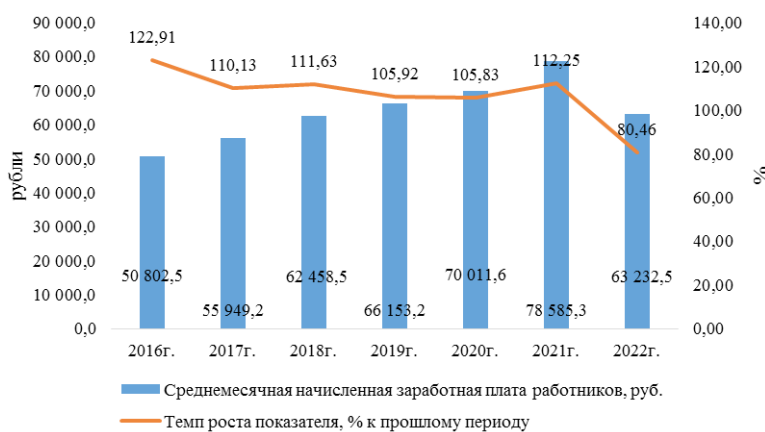


Рис. 6. Динамика среднемесячной заработной платы в отрасли за период 2016–2022 гг. [4]

туристских организаций, что предполагает: формирование и дальнейшее совершенствование законодательной базы; развитие предпринимательства в сфере туризма, прежде всего малого и среднего; укрепление материально-технической базы индустрии туризма путем привлечения отечественных инвестиций; развитие инфраструктуры туризма; разработка и внедрение прогрессивных методов и стандартов туристского обслуживания; возрождение массового социального туризма и на этой основе повышение интереса граждан России к родной стране, а также более эффективное решение вопросов сохранения историко-культурного наследия и природной среды; проведение активной рекламно-информационной деятельности, направленной на продвижение и формирование образа России как страны благоприятной для туризма [11, с. 197].

Наблюдаемая на сегодняшний день интенсификация инвестиционной деятельности в туристической экономике позволяет предположить об укреплении финансового состояния отраслевых компаний и их заинтересованности в повышении качества предоставляемых услуг [12, с. 24], в том числе посредством цифровизации значительной части рабочих процессов. Так, в 2021 г. объем капиталовложений российских турфирм составил около 400 млрд руб., что на 36% превышает уровень 2016 г. и на 16% больше уровня предшествующего 2020 г. (см. рис. 7).

В развитии внутреннего туризма сегодня можно выделить две модели поведения турфирм. Первая модель предполагает активизацию работы с наиболее популярными продуктами: черноморское побережье, Москва, Санкт-Петербург и балтийское побережье, города «Золотого кольца». При реализации второй модели компании концентрируют внимание на собственный регион и его достопримечательности. Так,

например, в развитии Байкальского региона больше всех заинтересованы турфирмы Северного и Дальневосточного округов. Не без внимания сегодня и Арктическое направление для туристических компаний из соседних регионов (Северо-Западного ФО, Сибирского ФО, Дальневосточного ФО). Туристические фирмы Восточной Сибири заинтересованы в реализации собственного турпродукта — тихоокеанское побережье (Камчатка и Сахалин).

Разумеется, развитие внутрироссийских направлений в первую очередь зависит от спроса туристов их предпочтений и вкусов, но уже сегодня туристические компании готовы удовлетворять практически любые варианты спроса, в том числе индивидуальные туры.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в России стабильно и устойчиво сегодня растут объемы внутреннего туризма. И руководство страны, и бизнес-сообщества понимают роль и значимость внутреннего туризма в развитии отдельных регионов, в решении ряда социальных проблем. Предпринимательский сектор регионов готов функционировать в новых условиях, тем более при поддержке государства, располагая необходимыми ресурсами у каждого региона в этом направлении есть свои преимущества. Перспективное развитие этих преимуществ обеспечит финансовую стабильность и независимость региональному и бизнесу, и экономике территории в целом.

Необходимыми условиями успешного развития внутреннего туризма в России является формирование качественного туристского продукта, наличие грамотной маркетинговой стратегии продвижения внутреннего туристского продукта на российском рынке, отработанные методы и механизмы реализации рекламно-информационной политики, создание системы профессиональной подготовки пер-



Рис. 7. Динамика инвестиционной деятельности туристических компаний за период 2016–2021 гг. [4]

сонала, привлечение инвестиций в развитие туристской инфраструктуры.

Литература

1. Сергеева Е.А. Анализ тенденций и перспектив развития российского туристского рынка XXI столетия: материалы IX международной научно-практической конференции «Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов» / Отв. редактор А.В. Олифинов. — Симферополь, 2022. — С. 161–164.
2. Мерцалова С.Л., Заслонкина О.В. Основные положения стратегии развития туризма в России // Вестник ОрелГИЭТ. 2020. № 1 (51). С. 127–130.
3. Полухина А.Н. Проблемы и перспективы сферы туризма в эпоху пандемии: материалы национальной научно-практической конференции с международным участием, посвященной 90-летию Байкальского государственного университета «Развитие российского общества: вызовы современности». Иркутск, 2021. С. 40–47.
4. Розничная торговля, туризм: статистический бюллетень [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 01.07.2022)
5. Синицын А. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса // Центр социально-экономических исследований, 2020г.
6. Тарчоков С.К., Платов А.В. Современное состояние и тенденции развития туриндустрии в Российской Федерации // Научный вестник МГИФКСиТ. 2020. № 4 (66). С. 17–27.
7. Осипчук А.И., Тюнин А.И. Коронавирус и перспективы развития туризма в Российской Федерации: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Национальная безопасность и молодежная политика. Вместе вне зависимости». Челябинск, 2020. С. 195–198.
8. Басовский Л.Е. Перспективы роста производительности труда при переходе к постиндустриальным технологическим укладам // Научные исследования и разработки. Экономика. 2021. № 2. С. 56–59.
9. Жигунова А.М., Царитова К.Г., Крюкова Е.М. Пандемия и открывшиеся возможности для развития внутреннего туризма в РФ: материалы XXI Международного социального конгресса «Цифровизация в условиях пандемии: миссия социального университета будущего», 2022. С. 119–123.
10. Басовская Е.Н., Басовский Л.Е. Проблемы дифференциации оплаты труда по отраслям, формам собственности и категориям персонала в России // Научные исследования и разработки. Экономика. 2021. № 6. С. 16–19.
11. Яхварова Е.В. Инновации как фактор развития внутреннего туризма в России в посткризисный период: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Тенденции и проблемы социально-экономического развития России в условиях цифровизации» / Под редакцией Н.С. Яшина, К.А. Грандоняна. Саратов, 2022. С. 195–198.
12. Махмудова М.М. Инвестиционная привлекательность российской экономики в период пандемии // Научные исследования и разработки. Экономика. 2022. № 1. С. 22–26.
- economic systems in the context of cross-border cooperation of regions»]. Simferopol, 2022 — pp.161–164 (In Russian).
2. Mertsalova S.L., Zaslonkina O.V. The main provisions of the tourism development strategy in Russia. *Vestnik Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i torgovli* [Bulletin of the Oryol State University of Economics and Trade], 2020, № 1(51), pp.127–130. (In Russian).
3. Polukhina A.N. Problems and prospects of tourism in the era of the pandemic: *materialy nacional'noj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem, posvyashchennoj 90-letiyu Bajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta «Razvitie rossijskogo obshchestva: vyzovy sovremennosti»* [materials of the national scientific and practical conference with international participation dedicated to the 90th anniversary of Baikal State University «Development of Russian society: challenges of modernity»]. Irkutsk, 2021. — pp. 40–47. (In Russian).
4. *Roznichnaya trgovlya, turizm: statisticheskij byulleten'* [Retail trade, tourism: statistical bulletin] [electronic resource] // <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed 01.07.2022) (In Russian).
5. Sinitsyn A. Tourism industry through the prism of drivers and barriers of business // *Centr social'no-ekonomicheskikh issledovaniy* [Center for Socio-Economic Research], 2020. (In Russian).
6. Tarchokov S.K., Platov A.V. The current state and trends in the development of the tourism industry in the Russian Federation // *nauchnyy vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo instituta fizicheskoy kul'tury, sporta i turizma* [Scientific Bulletin of Moscow State Institute of Physical Culture, Sports and Tourism]. — 2020. — № 4 (66). — pp. 17–27. (In Russian).
7. Osipchuk A.I., Tyunin A.I. Coronavirus and prospects of tourism development in the Russian Federation: *materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Nacional'naya bezopasnost' i molodyozhnaya politika. Vmeste vne zavisimosti* [materials of the All-Russian scientific and practical conference «National security and youth policy. Together regardless»]. Chelyabinsk, 2020. — pp. 195–198. (In Russian).
8. Basovsky L.E. Prospects for labor productivity growth in the transition to post-industrial technological modes // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika* [Scientific research and development. Economics] — 2021 — №. 2 — pp. 56–59. (In Russian).
9. Zhigunova A.M., Tsaritova K.G., Kryukova E.M. The pandemic and the opportunities for the development of domestic tourism in the Russian Federation: *materialy XXI Mezhdunarodnogo social'nogo kongressa «Cifrovizaciya v usloviyah pandemii: missiya social'nogo universiteta budushchego* [materials of the XXI International Social Congress «Digitalization in a pandemic: the mission of the Social University of the future»], 2022. — pp. 119–123. (In Russian).
10. Basovskaya E.N., Basovsky L.E. Problems of differentiation of wages by industry, forms of ownership and categories of personnel in Russia // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika* [Scientific research and development. Economics] — 2021 — № 6 — pp. 16–19. (In Russian).
11. Yakhvarova E.V. Innovations as a factor in the development of domestic tourism in Russia in the post-crisis period: *materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. «Tendencii i problemy social'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossii v usloviyah cifrovizacii»* [materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference. «Trends and problems of socio-economic development of Russia in the context of digitalization»]. Saratov, 2022. — pp. 195–198. (In Russian).
12. Makhmudova M.M. Investment attractiveness of the Russian economy during the pandemic. // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika* [Scientific research and development. Economy]. — 2022. — № 1. — pp. 22–26. (In Russian).

References