

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ



ВОЛОГОДСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК



**ТУРИЗМ КАК ФАКТОР
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ**

Вологда
2023

УДК 338.48
ББК 65.433
Т87

Публикуется по решению Ученого совета ФГБУН ВолНЦ РАН

Исследование проведено в рамках выполнения государственного задания
для ФГБУН ВолНЦ РАН по теме НИР № FMGZ-2022-0012
«Факторы и методы устойчивого социально-экономического развития территориальных
систем в изменяющихся условиях внешней и внутренней среды»

Авторы:

Е.Г. Леонидова, Е.В. Лукин, Н.М. Румянцев, М.А. Сидоров, А.Ю. Кудревич

Рецензенты:

Манаева Инна Владимировна,
доктор экономических наук, профессор кафедры мировой экономики, доцент,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Морошкина Марина Валерьевна,
кандидат экономических наук, старший научный сотрудник,
Институт экономики Карельского научного центра РАН

Т87 Туризм как фактор социально-экономического развития территорий :
[монография] / Е.Г. Леонидова [и др.] ; под науч. рук. Т.В. Усковой ; Вологодский
научный центр Российской академии наук. – Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН,
2023. – 149 с. : ил., табл.

ISBN 978-5-93299-588-4

В монографии обобщены теоретико-методологические основы исследования туризма как фактора социально-экономического развития территорий; путем применения межотраслевого баланса оценены экономические эффекты для России и ее регионов от стимулирования спроса на туристические услуги; выявлены особенности потребления туристических услуг в субъектах Северо-Западного федерального округа. Рассчитаны потери для экономики России и Вологодской области от сокращения спроса населения на туристические услуги. Выполнен прогноз внутреннего туристического потребления в России до 2035 года, проведено его сценарное моделирование. На основе использования геоинформационного моделирования спроектированы места размещения автомобильных заправочных станций на участках автомобильных дорог, соединяющих Вологодскую область и Республику Карелию. Определена транспортная доступность объектов туристической инфраструктуры Вологодской области. Оценена инфраструктурная доступность пунктов зарядки электромобилей для посещения путешественниками объектов туристского показа в регионах СЗФО.

Книга адресована органам государственного управления, занимающимся вопросами развития туризма, научным сотрудникам, преподавателям, студентам, аспирантам высших учебных заведений, а также широкому кругу читателей, которых интересуют пути повышения влияния туризма на территориальное развитие.

УДК 338.48
ББК 65.433

ISBN 978-5-93299-588-4

© Леонидова Е.Г., Лукин Е.В., Румянцев Н.М.,
Сидоров М.А., Кудревич А.Ю., 2023
© ФГБУН ВолНЦ РАН, 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	4
1. Теоретико-методологические основы исследования туризма как фактора социально-экономического развития территорий.....	6
1.1. Теоретическое обоснование роли туризма в социально-экономическом развитии региона.....	6
1.2. Туризм в России: этапы становления и развития	14
1.3. Методический подход к моделированию и прогнозированию влияния туризма на экономику территорий	20
2. Оценка экономических эффектов от потребления населением туристских услуг для России и регионов	28
2.1. Анализ текущего состояния и тенденций развития российского туризма.....	28
2.2. Оценка экономических эффектов от реализации программы туристического кешбэка	41
2.3. Оценка и прогноз внутреннего туристического потребления	53
2.4. Сценарное моделирование потребления туристских услуг.....	59
3. Особенности потребления туристских услуг в регионах Северо-Запада России	65
3.1. Тенденции потребления населением туристских услуг.....	65
3.2. Оценка влияния пандемии COVID-19 на туристский сектор Вологодской области	80
3.3. Прогноз экономических эффектов от роста потребления туристских услуг в Вологодской области	91
4. Повышение доступности туристских услуг для населения в регионах Северо-Запада России	98
4.1. Транспортная доступность объектов туристской инфраструктуры Вологодской области: анализ и пространственное моделирование	98
4.2. Оценка временной доступности объектов придорожного сервиса в регионах в контексте роста потребления туристских услуг	107
4.3. Оценка доступности электрозаправочных станций в регионах Северо-Запада России в контексте развития туризма	118
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	133
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	135

ПРЕДИСЛОВИЕ

Обеспечение развития территорий требует поиска факторов, использование потенциала которых способно обеспечить позитивную социально-экономическую динамику. Мировой опыт показал, что в качестве экономического драйвера выступает туризм, который в силу высокого мультипликативного эффекта за счет роста потребления туристических услуг генерирует бюджетные доходы, создает новые рабочие места, привлекает инвестиции, стимулирует развитие смежных с ним отраслей народного хозяйства, повышает уровень жизни населения.

В начале XXI века туризм стал одной из ведущих отраслей экономики многих государств. К числу стран, получающих наибольшие доходы от сектора путешествий и туризма, относятся США, Китай, Германия, Япония и Великобритания. Прогнозируется, что объем мировой туристической отрасли к 2033 году вырастет по сравнению с 2019 годом на 50%, до 5,5 трлн долларов США, что составит порядка 11,6% мировой экономики. Для Российской Федерации, располагающей богатым историко-культурным и природным потенциалом, туризм может стать высокодоходной отраслью экономики. Длительное время его развитию не уделялось достаточного внимания. В стране имеются возможности по существенному наращиванию потока как международных, так и внутренних туристов. Осуществляемые органами власти в последние годы шаги по развитию отрасли свидетельствуют о том, что в перспективе она рассматривается как катализатор экономического роста территорий. Государством ставится амбициозная задача: увеличить к 2030 году число туристских поездок по России в 2,1 раза от уровня 2019 года, что будет поддерживаться активным наращиванием туристической инфраструктуры в регионах.

В то же время на пути к этой цели требуется решить ряд проблем, препятствующих росту туристической активности. Среди них неполное использование потенциала в перспективных для развития туризма территориях, отсутствие соответствующей инфраструктуры, недостаток научно-методического обеспечения, позволяющего проводить прогнозные расчеты при изменении спроса на туристические услуги и оценивать последствия для экономики при принятии управленческих решений по развитию отрасли. Исходя из популярности среди россиян автомобильного туризма необходима оценка инфраструктурной обеспеченности автомобильных маршрутов автозаправочными станциями и зарядными станциями для электромобилей. Все это определяет актуальность настоящего исследования.

В его рамках предпринята попытка развития методологии и инструментария оценки влияния туризма как фактора территориального развития с использованием межотраслевого баланса и геоинформационного моделирования.

Выбранная цель и комплекс решаемых научных задач определили структуру данной монографии. В *первой главе* обобщены и актуализированы теоретико-методологические основы исследования туризма как фактора социально-экономического развития территорий; проанализировано развитие научных подходов к роли туризма в экономике территорий и его экономической оценке; показаны особенности становления туристической отрасли в России в рыночных условиях хозяйствования. Путем использования метода межотраслевого баланса разработан методический инструментарий оценки объема выпуска туризма, уточняющий его влияние на экономические показатели и позволяющий прогнозировать динамику в контексте достижения показателей эффективности функционирования отрасли, заданных в стратегических документах.

Во *второй главе* проведен анализ текущего состояния и тенденций развития туризма в России; на основе предложенного методического подхода с использованием межотраслевого моделирования проведена оценка экономических эффектов от реализации программы туристического кешбэка для страны и ее регионов; составлен прогноз внутреннего туристического потребления в России к 2030 году, выполнено сценарное моделирование изменения объема внутреннего туристического потребления и оценено его влияние на российскую экономику.

В *третьей главе* рассмотрены особенности потребления туристических услуг в регионах Северо-Запада России, оценено влияние на этот процесс пандемии COVID-19, выполнен прогноз экономических эффектов от изменения их потребления населением в регионе.

В *четвертой главе* уделено внимание повышению доступности туристических услуг для населения в регионах Северо-Запада России в контексте роста популярности автомобильного туризма; проведен анализ и пространственное моделирование транспортной доступности объектов туристской инфраструктуры Вологодской области; оценена временная доступность объектов придорожного сервиса в регионах Северо-Запада России. Предложены перспективные площадки для размещения автозаправочных станций на участках автомобильных дорог, соединяющих Вологодскую область и Республику Карелию. Оценена инфраструктурная доступность пунктов зарядки электромобилей путешественников, посещающих объекты туристического показа в регионах СЗФО.

Представленные в книге материалы и результаты исследования могут быть полезны органам государственного управления, занимающимся вопросами развития туризма, научным сотрудникам, преподавателям, студентам, аспирантам высших учебных заведений, а также широкому кругу читателей, которых интересуют пути повышения влияния туризма на территориальное развитие.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИЗМА КАК ФАКТОРА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

1.1. Теоретическое обоснование роли туризма в социально-экономическом развитии региона

Социально-экономическое развитие российских территорий отличается глубокой степенью дифференциации, наличием больших разрывов по ключевым показателям между сравнительно благополучными регионами и депрессивными, отсутствием диверсифицированной структуры экономики. В этих условиях большое значение приобретают поиск и обоснование движущих сил, способных обеспечить позитивную динамику социально-экономических процессов в региональной экономике. Изучение работ, авторы которых занимались исследованием факторов развития экономики, свидетельствует о многообразии подходов к их рассмотрению.

В фокусе внимания представителей новых теорий регионального роста и развития [Lewis, 1954; Fei, Ranis, 1961] находился производственный потенциал, авторов теорий кумулятивного развития [Myrdal, 1968; Hirschman, 1958] – пространственные факторы развития.

В теориях [Krugman, 2006; Romer, 1992], появившихся в конце 80-х гг. XX века вследствие развития экономической географии, акцент сделан на увеличении роли человеческого капитала, который рассматривался в качестве внутреннего фактора развития экономики, а также влиянии международной и межрегиональной торговли. В данных моделях слабо исследовано влияние инноваций на региональное развитие, не учтена роль производственных кластеров и других форм организации производства.

К достижениям отечественных исследователей в области теории регионального развития можно отнести разработанные положения в отношении размещения производительных сил. Представители данного направления определяли факторы наиболее благоприятного расположения основных ресурсов в условиях плановой экономики. В частности, Н.Н. Колосовский полагал, что деление страны на крупные хозяйственные районы – залог их стабильного развития [Колосовский, 1958].

В рамках общей теории развития региона в условиях рыночной экономики выделились концепция пространственной конкуренции [Гранберг, 2000], концепция

региональной кластеризации [Шаститко, 2009], концепция институциональной регионалистики [Нуреев, 2019].

Общепризнанной является классификация, подразделяющая факторы развития региона на экономические (основанные на использовании имеющихся ресурсов) и неэкономические (учитывающие географическое положение, политическую обстановку, развитость институциональной среды и т.п.).

Известна классификация [Шостак, 2001], согласно которой к факторам регионального развития относятся объективные экономические факторы; факторы государственного управления экономикой; инновационные и инвестиционные факторы; факторы природного богатства; психологические (человеческие) факторы и форсмажорные факторы.

Сотрудник Института экономики УрО РАН В.С. Бочко выделяет ускоряющие и сдерживающие факторы скоординированного и сбалансированного развития регионов, которые делятся, с одной стороны, на ускоряющие и сдерживающие, а с другой – на внутренние и внешние [Бочко, 2015]. В экономической литературе можно встретить также деление факторов развития региона на объективные и субъективные, долговременные и кратковременные, материальные и нематериальные и т.д.

Одна из наиболее полных классификаций факторов регионального развития представлена в работе, в которой они рассматриваются в контексте идентификационного признака региона как многомерной системы [Невейкина, 2014].

Учитывая все многообразие факторов социально-экономического развития региона, в общем виде их можно разделить на 2 группы по месту происхождения: «внешние, источником которых является внешняя среда, и внутренние, образуемые собственными возможностями регионов» [Ускова, 2009]. При этом внешние факторы практически не подлежат контролю и требуют приспособления к ним региональной социально-экономической системы. Внутренние факторы, возникающие во внутренней среде региона, представленной различными подсистемами и элементами, являются управляемыми.

Для региональных органов власти как субъектов управления социально-экономическим развитием перспективным становится стимулирование внутренних факторов, поддающихся управленческому воздействию [Ускова, 2009]. Таким образом, представляется, что в условиях неблагоприятной внешней среды наиболее перспективен учет факторов, формируемых внутри региона на основе имеющегося ресурсного потенциала, то есть внутренних факторов регионального развития. Причем они определяются ресурсными возможностями и индивидуальной спецификой каждого региона. Анализ подходов и точек зрения, существующих в научной литературе по поводу содержания внутренних факторов, позволил заключить, что «они функционируют в рамках его [региона] социально-экономических подсистем на основе его ресурсов» [Стратегический ресурс..., 2020]. Процессы, обеспечивающие воспроизводство в экономике региона, создаются этими структурными компонентами в границах секторов и отраслей народного хозяйства [Леонидова, 2020].

В научных работах, посвященных вопросам обеспечения территориального развития, отмечается важность выявления перспективных «точек роста», т.е. тех

сфер, которые могут позитивно повлиять на экономику за счет эффекта мультипликатора [Широв, Янговский, 2011]. К числу таковых относится туризм, способный оказать существенное социальное и экономическое влияние на территорию.

В научной литературе довольно давно была доказана связь между туризмом и экономикой, эмпирически подтвердившаяся в TLG-гипотезе (Tourism-Led Growth hypothesis), согласно которой существует сильная корреляция между ростом ВВП и развитием туризма в стране. Причем туризм рассматривается как часть экспорта, так как служит источником валютных поступлений и увеличивает потребление в стране, принимающей туристов [McKinnon, 1964]. Была введена экономическая категория «туристское потребление», которая включает в себя все расходы туриста, оплачиваемые из собственного кармана, на товары и услуги, потребленные во время его пребывания, а также на товары и услуги, произведенные различными секторами, которые непосредственно способствуют увеличению потребления туризма [Baretje, Defert, 1973].

Впоследствии было доказано положительное влияние отрасли на возникновение новых инфраструктурных объектов [Balaguer, Cantavella-Jordá, 2002], занятость, рост человеческого капитала, распространение технологий [Schubert et al., 2011]. В настоящее время фокус исследования сместился на изучение взаимосвязи между ростом туризма и неравенством доходов. Так, на примере десяти ведущих туристических направлений мира с помощью применения квантильной регрессии была выявлена отрицательная зависимость между ростом туризма и неравенством дохода в Китае, Франции, Испании, Италии, России и США [Raza et al., 2023]. С одной стороны, это означает, что развитие отрасли минимизирует неравенство в доходах. С другой стороны, в Германии, Турции, Мексике и Великобритании отмечена сильная положительная связь между двумя переменными, означающая, что рост туризма увеличивает неравенство в доходах.

Как подчеркивается многими учеными, наиболее широко изучено влияние международного туризма на рост экономики страны, в то время как количество исследований, связанных с внутренним туризмом, ограничено [Lee, 2021; Nguyen, 2021]. Всплеск интереса к нему отмечен после пандемии COVID-19, в условиях которой он стал не только катализатором восстановления туристического сектора во многих странах [Rogerson, Rogerson, 2021], оказавшись более устойчивым к влиянию COVID-19, чем международный туризм (Duro et al., 2022), но и выступил как важнейший элемент восстановления экономики в целом после пандемии [Arbulú et al., 2021; Gossling et al., 2021; Kreiner, Ram, 2021; Woyo, 2021]. В некоторых работах указывается, что внутренний туризм характеризуется внутренним спросом и внутренним предложением, которые относительно независимы от международных потрясений и наряду с его преимуществами для экономики (создание рабочих мест, вклад в инвестиции и производство) являются факторами снижения экономической уязвимости [Canh, Thanh, 2020].

В России в последнее время также заметен интерес к исследованию внутреннего туризма и его экономической оценке. Авторы поднимают проблему поиска новых стратегических векторов его развития в изменившихся геополитических условиях. Констатируется, что без целевого роста доходов граждан достижение цели

нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» – двукратный рост к 2030 году числа путешествий по стране – будет маловероятным: из-за низкого уровня доходов граждан спрос на туризм пока не имеет оснований для увеличения, а выполнение заявленных показателей возможно лишь за счет роста частоты поездок платежеспособного населения [Симонян, Сарян, 2022]. По мнению многих исследователей, снижение покупательной способности денежных доходов населения остается сдерживающим фактором для развития внутреннего туризма [Донскова и др., 2022]. Отмечаются различия между территориями с точки зрения доступности туруслуг для населения [Морошкина, Кондратьева, 2021], внутрирегиональные диспропорции между величиной турпотока и развитостью туристской инфраструктуры [Иванов и др., 2022].

Используя воспроизводственный подход к региональной экономике, рассмотрим роль туризма как внутреннего фактора социально-экономического развития. В современной рыночной экономике происходит усложнение элементного состава подсистем региона и связей, что обуславливает появление неоднородных, многофункциональных подсистем, к числу которых относится туризм (рис. 1.1).

Выделение такой подсистемы в структуре региона опирается на значимость для экономики данной сферы в силу ее специфических характеристик и ее соответствие необходимым классификационным условиям – наличию элементов, связей и целей, предъявляемых к системе.

Так, подсистема туризма выполняет важные функции в решении задач региональной экономики: создает материальные и нематериальные блага, новые рабочие места; способствует поступлению доходов в региональный и муниципальные бюджеты; удовлетворяет потребности населения в познании и отдыхе. Кроме того, подсистема туризма, представляя собой сложную структуру, имеет горизонтальные и вертикальные связи с остальными компонентами региональной социально-экономической системы в процессе производства товаров и услуг. Наконец, она включает следующие элементы: это туристы (внутренние и въездные); производители услуг; органы управления; местное население.

В качестве производителей товаров и услуг сферы туризма выступают хозяйствующие субъекты, непосредственно относящиеся к туристской индустрии (секторы питания, размещения, транспорта), а также производители второстепенных услуг (образовательных, информационных, оздоровительных, финансовых и т.п.).

Создавая условия для производства товаров и услуг, которые потребляются туристами, первичные доходы предприятий после их распределения и перераспределения трансформируются в прибыль организаций (как непосредственно связанных с туризмом, так и смежных с ним) и в прибыль домашних хозяйств за счет формирования оплаты труда, сбора различных налогов со всех субъектов хозяйственной деятельности, задействованных в производственном процессе. Впоследствии эти первичные доходы в результате распределения формируют конечный спрос предприятий и домашних хозяйств (рис. 1.2).

Таким образом, туризм как подсистема региональной экономики может рассматриваться в качестве внутреннего фактора, обеспечивающего социально-экономическое развитие в силу своих характеристик и функций. Вклад этого фактора

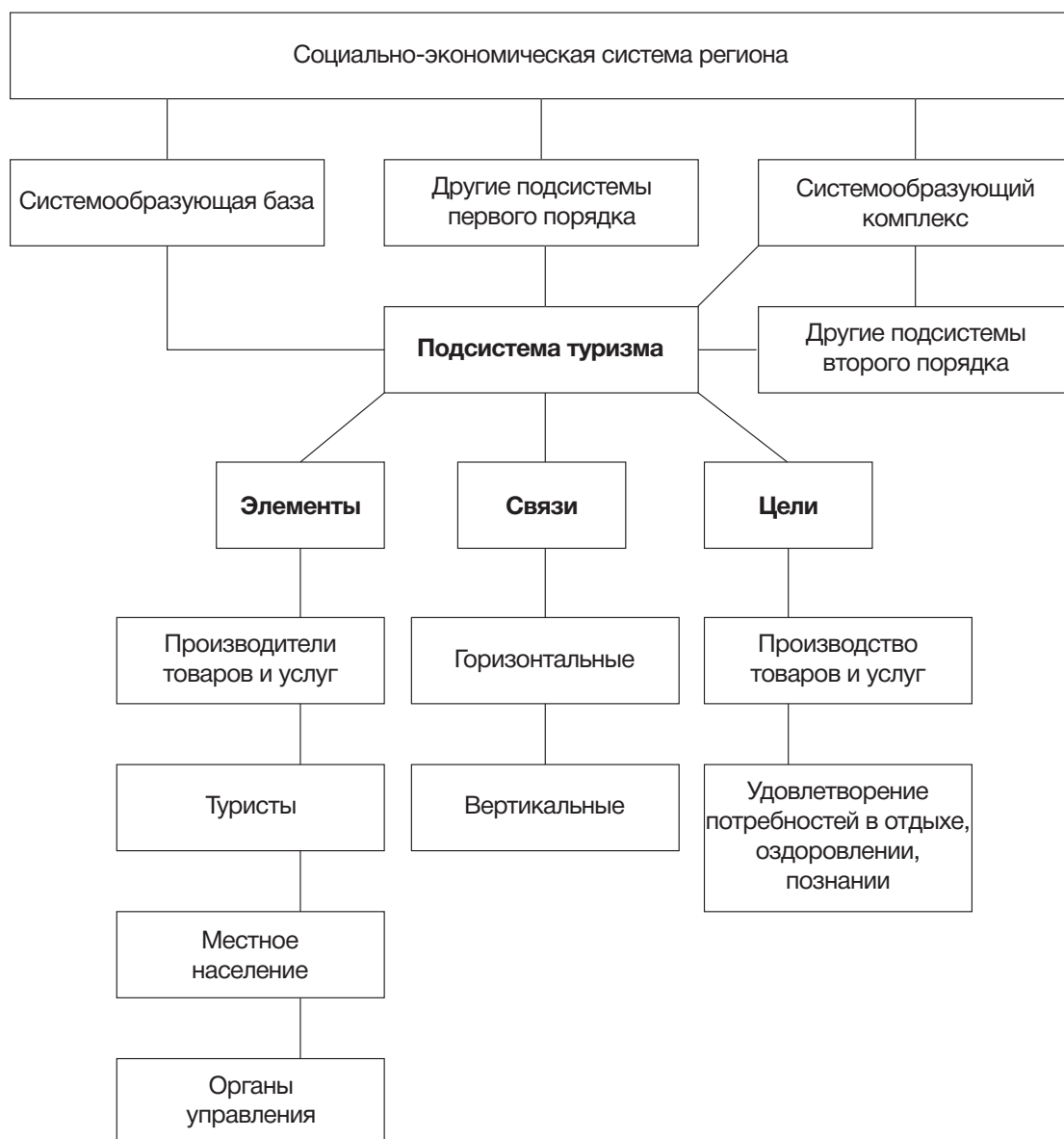


Рис. 1.1. Подсистема туризма в структуре региональной социально-экономической системы

Источник: Леонидова Е.Г. Стратегический ресурс развития региона: монография / под науч. ред. Т.В. Усковой. Вологда: ВолНЦ РАН, 2020. 141 с.

в социально-экономическое развитие определяется, с одной стороны, объемом оказанных населению туристических услуг, а с другой – участием в формировании человеческого потенциала территории.

При этом необходимо учитывать, что развитие сферы туризма идет вместе с развитием и использованием ресурсного потенциала других подсистем, в том числе производственного сектора экономики, включающего машиностроение, деревообработку, нефтегазовый сектор и т.д. Потенциал сферы туризма для ре-

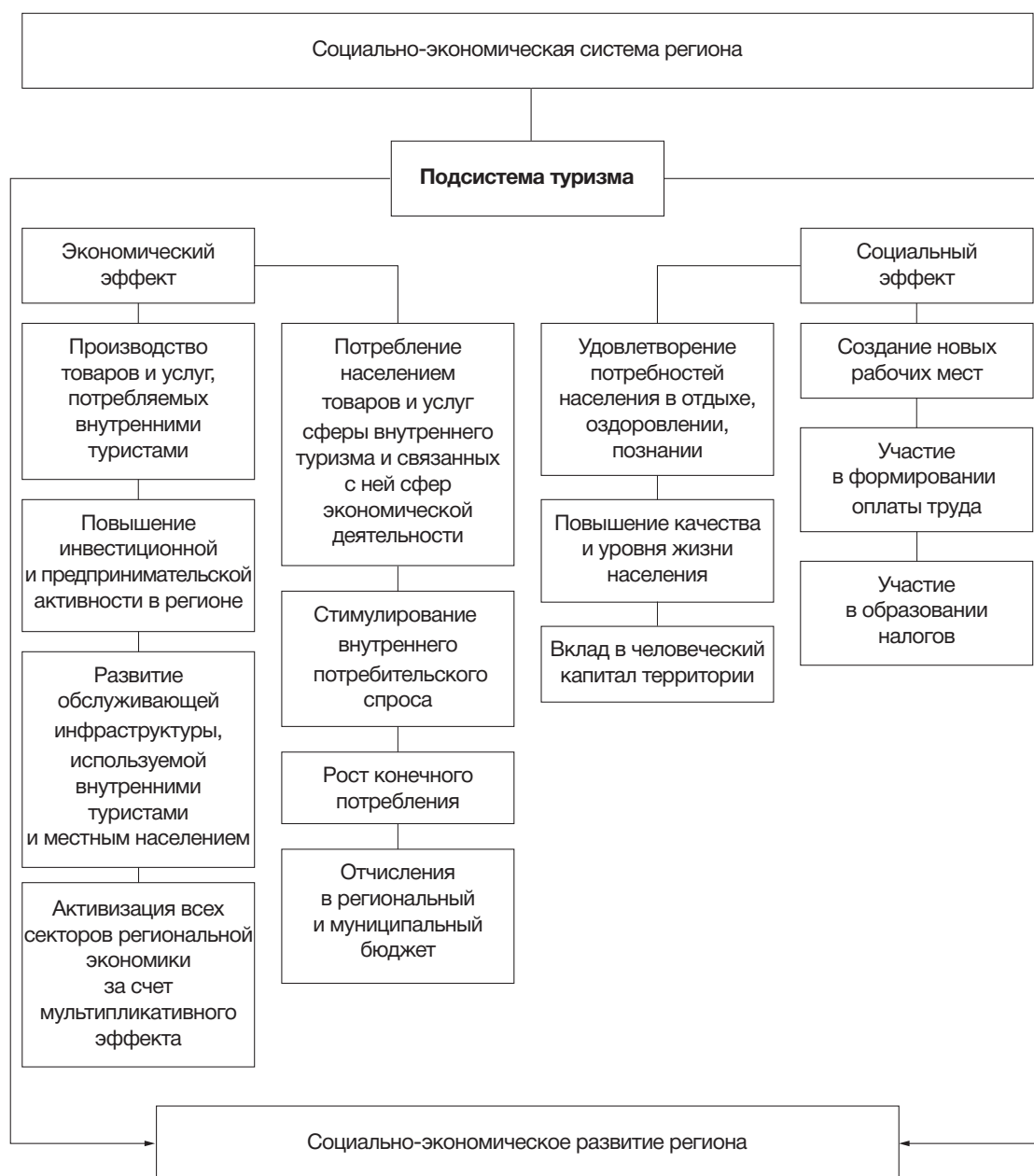


Рис. 1.2. Экономическое и социальное значение туризма как внутреннего фактора развития региона

Источник: Леонидова Е.Г. Стратегический ресурс развития региона: монография / под науч. ред. Т.В. Усковой. Вологда: ВолНЦ РАН, 2020. 141 с.

гиональной экономики имеет большое значение: денежные потоки, которые возникают в результате туристской деятельности, генерируются внутри региона, что положительно влияет на социально-экономические параметры и воспроизводственный процесс [Леонидова, 2018]. При этом задействуется достаточно много отраслей экономики региона, в чем и состоит мультипликативный эффект

туризма. Исследования свидетельствуют, что туризм может стимулировать развитие до 30 и более смежных отраслей народного хозяйства [Леонидова, 2016].

Кроме того, вызванный притоком туристов рост потребления продукции домашних хозяйствам благоприятен для сбыта тех товаров, которые иногда остаются невостребованными (допустим, сувенирная, ремесленная продукция и т.п.). В то же время сфера туризма обеспечивает приток инвестиционных средств, активизируя создание предприятий, относящихся к малому бизнесу, усиливает торговые и культурные связи между регионами.

Предоставление данной сферой товаров и услуг, которые приобретаются и потребляются в пределах региона, рассматривается как способ восстановления психофизиологического здоровья населения (бальнеолечебницы, антистрессовые программы и т.д.). В частности, человек вне места своего проживания реализует такие цели, как восстановление затраченной энергии, реабилитация и рекреация, восстановление физического и духовного состояния и удовлетворение потребностей в новых впечатлениях. Интеллектуальная функция туризма состоит в потенциале личностного развития, горизонта познания, творческой и другой деятельности. Наряду с этим отмечается связь роста социально-экономического развития посредством создания туристической системы и обеспечения населения условиями для отдыха с высоким уровнем качества жизни. Вышесказанное позволяет говорить о вкладе туризма в человеческий капитал региона.

Как правило, склонность людей к демонстративному потреблению дает основание предполагать большие траты во время туристической поездки [Александрова, 2001]. Данный факт позволяет утверждать, что сфера туризма способна наполнить внутрирегиональный рынок дополнительными финансами. При этом особенно важно стимулировать развитие внутреннего туризма, предполагающего путешествия населения в пределах страны.

По данным Всемирной туристской организации, в допандемийный период в мире фиксировалось порядка 9 млрд внутренних туристических путешествий, что в 6 раз превышало число международных поездок (World Tourism Organization, 2020)¹. В целом, по оценкам исследователей, около 85% турпоездки в мире приходилось на внутренний рынок [Hall, 2015]. Расходы резидентов страны на отдых внутри страны намного больше, чем у международных туристов, что позволяет говорить о том, что развитие именно внутреннего туризма обеспечивает вклад туризма в экономику (рис. 1.3).

Стоит отметить, что в мире общий объем трат на путешествия по итогам 2021 года вырос на 26% после резкого спада в 2020 году из-за пандемии коронавируса, составив 3,65 трлн долларов США. Однако значение показателя осталось ниже допандемического уровня.

К крупнейшим в мире рынкам внутреннего туризма по числу туристических поездок относятся Китай, США и Индия в основном из-за большой численности

¹ World Tourism Organization (2020). UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19. Iss. 3. Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422111>

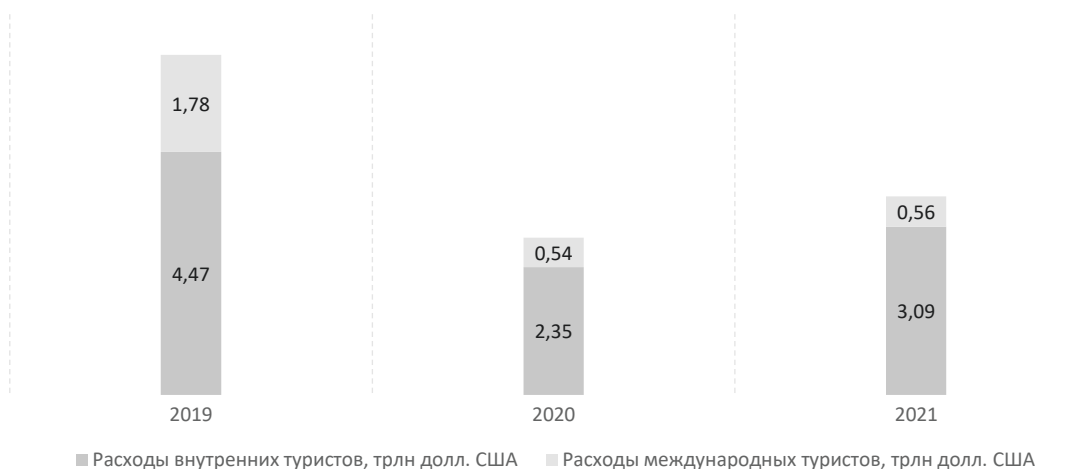


Рис. 1.3. Общие расходы на путешествия и туризм в мире с 2019 по 2021 год по видам туризма (в ценах 2021 года)

Источники: данные WTTC, Oxford Economics, Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1337656/travel-and-tourism-spending-worldwide-by-tourist-type> (дата обращения 10.02.2023).

Таблица 1.1. Показатели развития туризма в странах мира (в ценах 2021 года)

№	Страна	Расходы внутренних туристов, млрд долл. США			Расходы въездных туристов, млрд долл. США			Число внутренних туристских поездок, млн ед.		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	США	1085,5	571,7	731,5	190,9	39,8	40,3	2 318,0	1 580,0	2 040,0
2	Китай	931,8	365,6	458,7	147,4	19,4	14,1	6005,0	2879,0	3246,0
3	Германия	321,3	200,4	212,2	52,6	22,0	24,6	160,9	85,6	85,1
4	Индия	155,8	97,0	151,1	34,3	14,5	8,8	2321,9	610,0	677,6
5	Япония	214,4	95,5	134,0	47,3	10,6	1,0	587,1	293,4	268,2
6	Мексика	149,6	108,0	130,4	27,1	12,9	20,4	101,7	48,0	н/д
7	Великобритания	186,5	75,1	118,2	43,6	9,1	4,7	1,775	н/д	н/д
8	Италия	116,8	66,8	117,9	50,7	19,1	22,9	132,8	74,6	73,0
9	Франция	128,4	67,7	102,6	66,3	32,9	43,9	260,5	212,0	251,6
10	Бразилия	80,9	53,4	69,4	5,1	3,2	2,9	н/д	13,3	12,2
Справочно: Россия		44,1	26,7	39,6	16,5	5,3	6,0	н/д	н/д	н/д

Источники: OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022, OECD Publishing, Paris. URL: <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>; https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a8dd3019-en/1/1/index.html?itemId=/content/publication/a8dd3019-en&_csp_=dd10a6327bf40b05da33e7fa1f979e3e&itemIGO=oecd&itemContentType=book; данные Всемирной туристской организации. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>; данные Всемирного совета по туризму и путешествиям. URL: <https://wttc.org/research/economic-impact>

их населения и площади территории. США, Китай и Германия являются мировыми лидерами по расходам внутренних туристов (табл. 1.1).

Объем трат внутренних туристов в России значительно ниже среднемирового уровня, что снижает вклад туристической отрасли в ее экономику. В то же время страна имеет высокий потенциал для наращивания внутреннего туристского

потребления, реализация которого сдерживается недостатком как спроса, так и предложения.

Обобщение лучшего отечественного и зарубежного опыта по применению методов, активизирующих развитие сферы туризма в целях решения задач социально-экономического развития территорий, позволило заключить, что роль государственных органов власти в данном процессе достаточно велика. Поэтому для более глубокого анализа и понимания проблем развития российской туристической отрасли представляется целесообразным проследить путь ее становления с момента перехода страны к рыночной экономике.

1.2. Туризм в России: этапы становления и развития

Проследив эволюцию государственного управления туристической отраслью в России с постсоветского периода до настоящего момента, можно сделать вывод о том, что туризм длительное время не воспринимался органами власти как самостоятельный объект регулирования и перспективная высокодоходная отрасль экономики. На это указывает частая смена курирующих его структур, отвечающих за развитие здравоохранения, культуры, спорта, реализацию молодежной политики (табл. 1.2).

С 2019 года подход к управлению развитием сферы в стране туризма изменился: была принята Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года, в которой акцент сделан на экономической значимости сектора. Документ, на-

Таблица 1.2. Этапы преобразования статуса российского туризма

Дата	Орган исполнительной власти
27 марта 1992 г.	Министерство культуры и туризма РФ
30 сентября 1992 г.	Комитет РФ по туризму (Роскомтуризм)
10 января 1994 г.	Комитет по делам молодежи, физической культуры и туризму (КМФТ России)
30 мая 1994 г.	Комитет РФ по физической культуре и туризму (КФТ России)
3 августа 1994 г.	Госкомитет по физической культуре и туризму
25 мая 1999 г.	Российское агентство по физической культуре и туризму
6 июня 1999 г.	Министерство по физической культуре, спорту и туризму
5 июля 2000 г.	Министерство экономического развития и торговли РФ (Департамент туризма)
9 марта 2004 г.	Министерство здравоохранения и социального развития РФ – Федеральное агентство по физической культуре, спорту и туризму
18 ноября 2004 г.	Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) в прямом подчинении Правительства РФ
2008 г.	Министерство по делам молодежи, спорта и туризма РФ (Ростуризм)
2011 г.	Министерство культуры РФ (Ростуризм)
14 сентября 2018 г.	Ростуризм при Минэкономразвития РФ
5 июня 2020 г.	Ростуризм в прямом подчинении Правительства РФ
20 октября 2022 г.	Ростуризм упразднен, его функции переданы в Минэкономразвития РФ
Источник: составлено авторами.	

Таблица 1.3. Целевые показатели развития туризма в России до 2035 года

Целевой показатель	Единица измерения	2020 год	2035 год
Число туристских поездок	млн чел.	45,22	143,93
Число въездных туристских поездок иностранных граждан в РФ	млн чел.	6,36	52
Экспорт услуг по статье «Поездки»	млрд долл. США	2,85	28,6
Средняя численность работников туристской индустрии	млн чел.	1,66	4,96
Количество номеров в классифицированных средствах размещения	тыс. ед.	755	948
Источник: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2022 года № 187-р.			

правленный на стимулирование спроса и повышение доступности российского туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках, отличает конкретика в выявлении насущных проблем туризма и определении приоритетных направлений развития российской туристской отрасли с учетом накопленного в этой сфере опыта. В документе прописаны достаточно амбициозные цели (табл. 1.3).

В 2020 году, в период пандемии коронавирусной инфекции, российским правительством для стимулирования спроса на внутренний туризм была запущена программа туристического кешбэка по субсидированию поездок по России. Ее суть состояла в том, что населению возвращалась часть затрат на покупку туров внутри страны и бронирование билетов посредством платежной системы «Мир». За оплату путешествия по стране или проживания в отеле и гостинице россияне могли получить на банковскую карту 20% от их стоимости, максимально до 20 тыс. руб. Для получения кешбэка перед оплатой нужно было зарегистрировать банковскую карту «Мир» в программе лояльности платежной системы «Мир». Получить кешбэк можно было неограниченное количество раз, а это могло означать несколько поездок за указанный период.

По данным Ростуризма, в 2020 году за первое и второе окно продаж суммарно было приобретено туров на сумму 6,5 млрд руб., из которых обратно населению вернулось порядка 1,2 млрд руб.² По оценкам экспертов, безусловными лидерами акции с туристическим кешбэком в 2020 году стали г. Сочи и курорты Краснодарского края – средневзвешенная доля этих регионов в продажах составила не менее 45–50%³. В целом в акции приняли участие около 300 тыс. чел. Ее действие распространилось и на 2021–2022 гг. Всего за двухлетний период акцией воспользовались 4,5 млн чел., получивших суммарно 18 млрд руб.⁴

Эффект от действия туристического кешбэка был положительно оценен представителями туристического бизнеса, констатируя, что акция привлекла не

² Ростуризм подвел итоги программы туристического кешбэка в 2020 году. URL: <https://tourism.gov.ru/news/17009> (дата обращения 10.02.2021).

³ Там же.

⁴ Данные портала «Национальные проекты. РФ». URL: <https://xn--80aarpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai>

менее 50% туристов, принявших решение отправиться в поездки по стране только благодаря данной программе⁵. У основных крупных туроператоров в период действия программы продажи выросли за 2020–2021 гг. в среднем на 40%. У агрегаторов, которые участвовали в программе, рост бронирований составил около 10–15%. Активность бронирований в гостиницах курортного и рекреационного формата за этот же период выросла в среднем на 15–20%.

Положительно оценили программу субсидирования поездок внутри страны органы власти, отметившие получение суммарного эффекта для экономики от акции более чем 100 млрд руб.⁶, а также эксперты.

В мае 2021 года впервые была запущена программа компенсации половины стоимости путевки в детский лагерь, так называемый детский кешбэк. В 2022 году все путевки, доступные по программе, были раскуплены в два раза быстрее: за 2,5 месяца вместо пяти. В 2021–2022 гг. благодаря реализации детского кешбэка на отдых в оздоровительные лагеря было отправлено 1,2 млн детей, а их родителям на банковские карты вернулось 14,2 млрд руб.

Продолжением политики по поддержке внутреннего туристского потребления стала реализация с 2022 года пилотного проекта по популяризации путешествий по своему региону для школьников 5–9 классов путем выдачи бесплатных сертификатов, в котором приняли участие 18 регионов страны⁷. Согласно оценкам, ими воспользовались около 100 тысяч детей.

В конце 2022 года в структуре управления российским туризмом произошли изменения: отрасль перешла в прямое подчинение Минэкономразвития РФ для большей эффективности решения вопросов, связанных с выполнением целей национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», реализация которого началась в 2021 году. В него входят три федеральных проекта: «Развитие туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг», «Совершенствование управления в сфере туризма». Основными целями нацпроекта является достижение до 2030 года 140 млн внутренних поездок, то есть рост в 2,2 раза по сравнению с 65 млн в 2019 году. В рамках нацпроекта будет создано 4,7 млн рабочих мест – в 2,5 раза больше по сравнению с 2019 годом. Экспорт туруслуг к 2030 году должен достичь 22 млрд долларов США, что вдвое выше показателя 2019 года.

Проект «Развитие туристской инфраструктуры» предполагает создание туристских кластеров, развитие государственно-частных инвестпроектов и разработку туристических концепций макрорегионов. В его рамках будут созданы комплексные проекты и курорты мирового уровня, туристически привлекательные центры городов, развитая курортная среда, условия для активного и безопасного отдыха на природе. Ключевой задачей является создание нового номерного фонда и реконструкция существующего.

⁵ Новая акция с кешбэком за туры по России стартует в январе 2022 года. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58041.html>

⁶ Дмитрий Чернышенко: Большинство показателей нацпроекта по туризму по итогам года перевыполнены. URL: <http://government.ru/news/45422>

⁷ Данные портала «Национальные проекты. РФ». URL: <https://xn--80aарамремсчfmo7a3c9ehj.xn--plai>

В рамках федеральной инициативы «Повышение доступности туристских услуг» предусмотрено обеспечение роста турпотока внутри страны и вовлечение в туризм населения всех возрастов. В частности, будет функционировать специальная цифровая платформа для российских и иностранных туристов. Еще одной важнейшей мерой станет развитие транспортной инфраструктуры для организации путешествий. Запланировано также продолжение реализации мероприятий по снижению стоимости поездок и туров, включая поддержку детских поездок. Это будут программы наподобие возврата туристического кешбэка, субсидирования чартеров по внутренним направлениям.

В свою очередь, в рамках третьего направления нацпроекта «Совершенствование управления в сфере туризма» будет запущена «перезагрузка» государственных функций в туротрасли. Планируется создать системные и прозрачные механизмы управления ею, а также усовершенствовать нормативные основы регулирования. Предусмотрена организация подготовки кадров для туристической сферы, обучение их основам цифровизации.

На базе комплексного подхода к строительству туристической инфраструктуры в субъектах России ведется работа по созданию мастер-плана всей страны. Туристический мастер-план – это комплексный документ на стыке стратегического социально-экономического и пространственного планирования с учетом всех природных, социально-экономических, историко-культурных и инфраструктурных особенностей территорий⁸.

Он позволит реализовать комплексный подход к развитию туризма и поможет синхронизировать действия стейкхолдеров на всех уровнях.

В настоящее время программа развития туризма в стране предполагает создание 12 туристических макрорегионов (табл. 1.4). На них приходится порядка от 60 до 80% всего внутреннего турпотока.

Разработку мастер-планов указанных территорий планируется осуществить в период с 2022 по 2024 год. В настоящее время они сформированы для туристских макротерриторий «Западный Юг России», «Дальний Восток» и «Большое Золотое кольцо».

Реализация мероприятий, заложенных в проектах, запланирована до 2035 года и будет происходить в несколько этапов согласно дорожным картам, предусмотренным для каждого макрорегиона⁹. Изменившийся подход к развитию туризма со стороны государства с акцентом на экономической составляющей был поддержан и на региональном уровне. Произошли перемены в организации регулирования отрасли в субъектах РФ. Это выразилось в передаче функций по развитию туризма в структуры, курирующие экономику в целом либо отвечающие конкретно за развитие туристской отрасли. В то же время стоит отметить, что этот процесс пока охватил не все российские регионы: по состоянию на август 2022 года компетенции по развитию туризма в 25 регионах объединены с развитием культуры,

⁸ Туристическое мастер-планирование: российский опыт. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/637f77819a79476c2b6a974b>

⁹ Там же.

Таблица 1.4. Перечень туристских макротерриторий и входящих в них субъектов с учетом потенциала развития туризма в Российской Федерации

№ п/п	Туристская макротерритория	Субъекты Российской Федерации в каждой туристской макротерритории
1	Большое Золотое кольцо	Владимирская область, Ивановская область, Калужская область, Костромская область, Московская область, Рязанская область, Смоленская область, Тверская область, Тульская область, Ярославская область
2	Западный Юг России	Республика Крым, г. Севастополь
3	Дальний Восток	Камчатский край, Приморский край, Сахалинская область
4	Восточный Юг России	Республика Адыгея, Краснодарский край, Ростовская область
5	Из г. Москвы в г. Санкт-Петербург	Республика Карелия, Ленинградская область, Московская область, Новгородская область, Псковская область, Тверская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург
6	Большой Урал	Республика Башкортостан, Пермский край, Свердловская область, Челябинская область
7	Большая Волга	Республика Марий Эл, Республика Татарстан, Чувашская Республика, Астраханская область, Волгоградская область, Ивановская область, Костромская область, Нижегородская область, Самарская область, Саратовская область, Тверская область, Ульяновская область, Ярославская область
8	Русский Север и Арктика	Республика Карелия, Архангельская область, Вологодская область, Мурманская область
9	Большой Алтай	Республика Алтай, Алтайский край, Кемеровская область
10	Большой Кавказ	Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия – Алания, Ставропольский край, Чеченская Республика
11	Русская Балтика	Калининградская область
12	Байкал	Республика Бурятия, Иркутская область
Источник: Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма»: Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439 (ред. от 26.12.2022; с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023).		

в 24 – с развитием экономики, торговли, предпринимательства, в 9 регионах – с молодежной политикой и спортом, в 2 регионах – с развитием народных промыслов, в 2 регионах – с оздоровлением и экологией.

В целом стоит отметить, что основной вектор развития туризма в российских регионах задается на федеральном уровне государственного управления.

Региональный уровень развития туристского сектора – промежуточный между федеральным и местным. В регионах активизация сферы туризма реализуется такими инструментами, как программно-целевой метод (программы развития отрасли); нормативно-правовое регулирование (совершенствование законов, принятие стратегий, концепций); экономическое стимулирование (льготы и преференции для субъектов рынка в соответствии с необходимыми условиями); информационная кампания, направленная на повышение узнаваемости туристских

объектов региона [Стратегический ресурс..., 2020]. Система стимулирования туризма на региональном уровне характеризуется сложным комплексом взаимосвязей, осуществляемых посредством координации соответствующей деятельности органов исполнительной власти [Леонидова, 2018]. Каждый регион самостоятельно выбирает методы стимулирования туристской отрасли в границах собственных полномочий. Можно заключить, что управление туризмом на региональном уровне государственной власти происходит более детализированно. Кроме того, региональное управление данной сферой специфично и отличается в каждом регионе. Отчасти это обусловлено социально-экономическими и природно-климатическими особенностями региона.

Успешность развития туризма как на национальном, так и на региональном уровне во многом зависит от использования стратегического подхода в управлении [Леонидова, 2019]. Региональные органы власти не всегда соблюдают теоретико-методологические принципы при проведении стратегирования туристской отрасли, что приводит, по словам некоторых ученых, к некому «винегрету» из набора не связанных между собой мероприятий, слабо коррелирующих с целями и внутри региона, и с задачами стратегии на федеральном уровне [Григоренко, Казьмина, 2015]. Обобщение работ авторов, занимающихся анализом опыта регионального управления туризмом на основе стратегического подхода, свидетельствует о наличии недостатков в реализации стратегического планирования. Одним из таковых является отсутствие углубленного анализа при стратегировании туризма в российских регионах [Сорокин и др., 2017]. Это означает, что решения принимаются без должного исследования и понимания особенностей конкретного региона. Такой подход может привести к неэффективным стратегиям развития туризма и неудовлетворительным результатам. Кроме того, исследователи отмечают, что многие региональные стратегии и программы социально-экономического развития страдают от размытой формулировки ожидаемых результатов и отсутствия объективных количественных критериев и индикаторов оценки их достижения. В стратегиях отсутствуют механизмы финансового обеспечения и контроля выполнения бюджетных ограничений, а административная ответственность размыта между несколькими организационными структурами органов исполнительной власти [Десятниченко, Десятниченко, 2015]. Для улучшения стратегического управления туризмом необходимо уделить больше внимания углубленному анализу и исследованию особенностей каждого региона, соблюдению методологических принципов проведения стратегирования. Важно также разработать четкие целевые ориентиры, которые позволят оценить эффективность стратегий и программ. Необходимо прописать механизмы финансового обеспечения и контроля выполнения бюджетных ограничений, а также улучшить координацию и ответственность между органами исполнительной власти. В целом развитие туризма в регионах России требует улучшения стратегического управления. Путем преодоления указанных проблем и использования методологических принципов стратегирования можно достичь устойчивого развития туризма, способствующего социально-экономическому прогрессу регионов.

Перспективы развития туристической отрасли связаны с въездным туризмом, потенциал которого реализован крайне слабо. Российский рынок въездного ту-

ризма имеет высокий потенциальный спрос со стороны иностранных туристов. Развитие этого направления окажет позитивное влияние на рынок российского туризма в целом: с привлечением иностранцев в Россию повысится конкуренция между субъектами туристического бизнеса, что положительно отразится на качестве туристских услуг и повысит рентабельность отрасли.

Одним из эффективных инструментов развития въездного туризма является введение безвизового режима для иностранных туристов. Такая практика хорошо себя зарекомендовала и показала успешность применения в российских условиях. Так, после введения безвизового режима для граждан ОАЭ в 2019 году эффект стал заметен уже в течение года – турпоток из этой страны в Россию вырос более чем в 5 раз: ее посетили 26,3 тыс. граждан Эмиратов против 4,78 тыс. годом ранее¹⁰. Ожидается, что эффективным инструментом развития въездного туризма станут электронные визы в Россию для иностранных граждан, которые введены в действие в 2023 году.

Таким образом, развитие туристической отрасли в России в последнее время с учетом большого масштаба оказываемой государственной поддержки и наличия значительного объема сформировавшегося отложенного спроса россиян на туристические услуги может стать одним из драйверов развития экономики, что потребует разработки методического инструментария для проведения экономической оценки.

1.3. Методический подход к моделированию и прогнозированию влияния туризма на экономику территорий

Успешное развитие туристской отрасли определяет необходимость ее изучения как отдельно взятого сегмента экономики, а также способов количественного и качественного измерения ее экономического значения. Интерес к туризму среди авторов с точки зрения его влияния на экономику обозначился к середине XX века, что было ознаменовано выходом работы, посвященной изучению экономики отдыха на природе [Clawson, Knetsch, 1996]. Впоследствии выходили работы, связанные с исследованием взаимосвязи поездок за границу и сферой торговли [Gray, 1970].

Проблематика влияния туризма на экономику, в том числе инструментарий его количественной оценки, наиболее разработана в трудах зарубежных ученых, что связано с более длительным, чем в России, периодом изучения объекта исследования. Среди российских авторов распространено моделирование туризма с помощью корреляционного и регрессионного анализа [Зюляев, 2017; Николенко, Терехов, 2022], хотя такие прогнозы, по мнению зарубежных ученых, как правило, характеризуют влияние каких-либо факторов на отрасль, не учитывая отраслевых эффектов, а также «в некоторых случаях оказываются неточными» [Athanasopoulos et al., 2011].

¹⁰ В решении вопроса электронных виз в Россию наметились подвижки. URL: <https://www.atorus.ru/node/50499>

Таблица 1.5. Основные подходы и показатели оценки мультипликативного эффекта туризма

№ п/п	Подход	Исследователи и институты	Показатель
1	Использование спутниковых счетов туризма (CST)	Национальные статистические службы и профессиональные институты по исследованию туризма (ООН, ЮНВТО, ОЭСР, Евростат и др.)	Добавленная стоимость туристской индустрии. Туристская добавленная стоимость. Туристский валовой внутренний (региональный) продукт. Занятость, обусловленная туризмом. Инвестиции в основные средства (валовое накопление). Туристское коллективное потребление (нерыночные услуги правительства). Совокупный туристский спрос
2	Туристские мультипликаторы	Национальные статистические службы и профессиональные институты по исследованию туризма (ЮНВТО, Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) и др.)	Экономический мультипликатор (мультипликатор занятости) – отношение между общим увеличением в региональной занятости за счет развития туризма и начальным увеличением в секторе экспорта от туристской сферы деятельности. Мультипликатор расходов (доходов) – совокупный региональный продукт или доход, который определяется конечными расходами туристов на товары и услуги. Мультипликатор расходов (доходов) включает три аспекта воздействия туристских расходов: – прямое воздействие (расходы туриста на отдых: обеспечение прямого дохода гостинице, ресторанам, барам, музеям, различным шоу, спорту и т.п.); – косвенное воздействие (расходы туриста на коммерческие операции по бронированию гостиниц, комиссионные туристских агентств – поставщиков товаров); – стимулирующее воздействие (расходы туриста создают дополнительный доход региону, что приводит к возрастанию потребления, обеспечивая стимул для экономической деятельности). Мультипликатор производства основывается на постулате о том, что повышение в продукции от туристской сферы делится между фактором дохода и промежуточным звеном закупок, давая, таким образом, дальнейший стимул для других отраслей, в которых могут быть получены аналогичные результаты. Межотраслевой процесс передачи генерирует мультипликативный результат воздействия, снижающийся с каждым циклом процесса. Мультипликатор коммерческих операций отражает возросший товарооборот предприятий как результат роста туристских расходов

Источник: [Рубцова, 2015].

Основные подходы и показатели оценки мультипликативного эффекта туризма представлены в табл. 1.5. Обобщение работ иностранных авторов [Kronenberg et al., 2018; Tohmo, 2018; Li, 2019; Patandianan, Shibusawa, 2020; Liu, 2022] показало, что в последнее время растет интерес зарубежных исследователей к межотраслевому анализу как к инструменту, позволяющему наиболее полно

определить вклад туризма в экономику. Данный метод отражает структурные взаимосвязи как в экономике в целом, так и на примере отдельных отраслей. Кроме того, с его помощью возможно прогнозировать, каким образом изменится общий объем выпуска продукции при увеличении конечного потребления в рассматриваемой отрасли [Artal-Tur et al., 2020], оценить ее мультипликативный эффект [Лобан, Шепелевич, 2015].

Среди рассмотренных выше подходов наибольшее распространение за рубежом получил подход, основанный на построении национальных и региональных счетов. Так, в настоящее время более чем в 80 странах мира проводятся работы по построению сателлитного счета¹¹ туризма, который содержит детализированную информацию о функционировании отрасли. Заслуживает внимания исследование, посвященное измерению экономического влияния внутреннего туризма в условиях пандемии COVID-19 на примере самой многонаселенной китайской провинции Гуандун¹² [Wu и др., 2022]. Авторы предприняли попытку разработки регионального сателлитного счета туризма, используя подход «снизу вверх», основываясь на данных социологических опросов о расходах посетителей местности, таблиц «затраты – выпуск». Результаты расчетов позволили оценить прямой вклад внутреннего туризма в экономику провинции Гуандун в до- и постпандемийный период.

Использование ССТ в России связано с определенными сложностями, так как отдельно вид экономической деятельности «туризм» не выделяется российской статистикой, следовательно, конкретные данные для составления счета отсутствуют. Среди стран постсоветского пространства лидером по внедрению ССТ является Республика Казахстан, в которой он начал разрабатываться с 2003 года [Лобан, Шепелевич, 2015]. Анализ методологических основ оценки влияния туризма на экономику позволил определить, что в российских условиях целесообразно развивать теорию туристского мультипликатора, рассчитываемого в одном из важных разделов современной системы национальных счетов – межотраслевом балансе производства и использования товаров и услуг (МОБ) [Стратегический ресурс..., 2020]. Следует отметить, что измерение туристского потребления в России осложнено несовершенством статистической информации [Кривошеева, 2020], в которой не разрабатывается сателлитный счет туризма, а данные таблиц «затраты – выпуск» публикуются с большой задержкой, что существенно ограничивает исследовательскую деятельность. В российских исследованиях их применение не часто встречается в силу указанных ранее причин. При недостатке необходимой информации, характеризующей туристский сектор в стране и регионах, отсутствии аналога системы СНС оценка влияния туризма

¹¹ Сателлитный (или вспомогательный) счет туризма (TSA) – популярный метод измерения прямого вклада потребления туризма в национальную экономику, который увязан с системой национальных счетов. Основой для данных ССТ являются результаты обследований домашних хозяйств, туристических организаций, туристов. В настоящее время ССТ на регулярной основе составляются в Канаде, США, Испании, Нидерландах и других государствах.

¹² Согласно данным переписи населения, по итогам 2020 года в Гуандуне проживало 126 млн чел.

на территориальное развитие на основе метода межотраслевого баланса требует подготовки необходимой информации и разработки соответствующей методики [Стратегический..., 2020]. Стоит отметить, что разработанный в 20-х гг. XX века известным экономистом Нобелевским лауреатом В. Леонтьевым, межотраслевой баланс широко применяется в экономических исследования на разных уровнях [Лукин, 2017]. Зарубежный опыт применения данного метода свидетельствует об успешном решении этой задачи. Таким образом, обобщая особенности применения межотраслевого баланса для оценки влияния туристской деятельности на экономику, можно констатировать, что его использование является достаточно объективным способом измерения вклада отрасли, однако требует принятия ряда определенных допущений.

В связи с тем, что развитию внутреннего туризма в России в последнее время уделяется повышенное внимание, в исследовании представлен методический подход к оценке объема туристического выпуска, генерируемого потреблением внутренних туристов.

Методический подход к определению объема выпуска внутреннего туризма в экономике в Российской Федерации

Исследование предполагает допущение о том, что структура расходов на отдых внутренних туристов Республики Казахстан и РФ схожи в силу социально-экономической, культурной и ментальной близости. Данное допущение основывается на сведениях, полученных из социологических опросов, а также Вспомогательном счете туризма Казахстана, согласно которому на основные статьи расходов на отдых российские и казахские туристы, путешествующие внутри страны, тратят примерно одинаково (рис. 1.4, 1.5). Кроме того, обоснованность использования для расчетов сведений о структуре туристских расходов в Казахстане состоит в том, что в нем обследование в сфере туризма реализуется исходя из методики ССТ, учитывающей различные аспекты спроса на товары и услуги, относящиеся к туризму.



Рис. 1.4. Структура расходов внутренних туристов Казахстана в 2021 году, %
Источник: Вспомогательный счет туризма Казахстана – 2021.

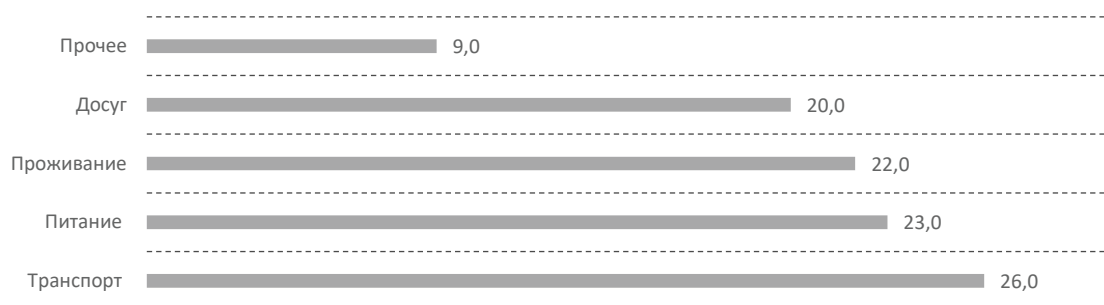


Рис. 1.5. Структура расходов внутренних туристов России в 2021 году, %

Источник: данные социологического опроса сервиса поездок и путешествий Туту.ру. URL: <https://travelvesti.ru/news/skolko-rossiyane-tratyat-na-puteshestviya-i-kak-raspredelyayut-byudzheth-poezdki.html>

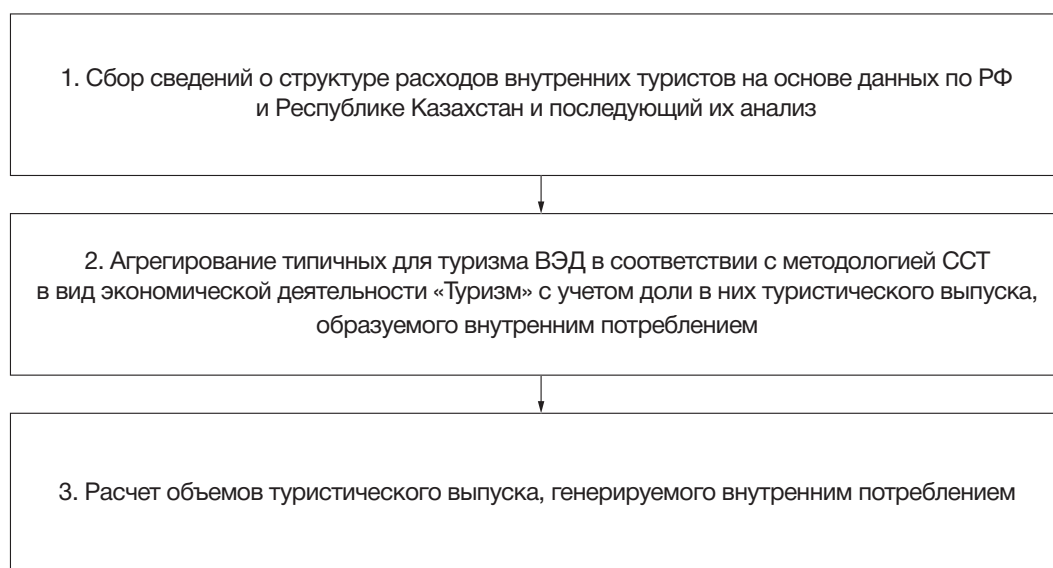


Рис. 1.6. Схема определения объема выпуска внутреннего туризма в экономике Российской Федерации

Источник: Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. Оценка и прогноз внутреннего туристического потребления в России // Проблемы прогнозирования. 2023. № 1 (196). С. 193–205. DOI: 10.47711/0868-6351-196-193-205

Для оценки объема туристического выпуска в Российской Федерации использовалась следующая информация:

- данные социологического опроса¹³ туристов о сумме трат россиян на одно путешествие и их распределении;
- данные Вспомогательного счета туризма Республики Казахстан о структуре затрат внутренних туристов, путешествующих с личными и деловыми целями;
- сведения ЕМИСС, характеризующие производство и отгрузку товаров, работ и услуг.

Объем туристического выпуска в Российской Федерации определяется на основе алгоритма, представленного на рис. 1.6.

¹³ Социологический опрос сервиса поездок и путешествий Туту.ру. URL: <https://travelvesti.ru/news/skolko-rossiyane-tratyat-na-puteshestviya-i-kak-raspredelyayut-byudzheth-poezdki.html> (дата обращения 12.09.2022.)

Таким образом, в соответствии с представленным алгоритмом объем выпуска внутреннего туризма в РФ рассчитывается путем вычленения из видов экономической деятельности, представленных в российских квалификаторах, доли, которая обусловлена потреблением внутренних туристов, и их последующего агрегирования в ВЭД (вид экономической деятельности) «Туризм». Расчет объема выпуска внутреннего туризма определяется в постоянных ценах.

Алгоритм расчета оценки влияния туризма на развитие региона

Этап 1. Сбор данных, позволяющих определить долю туризма в выпуске продукции предприятиями различных видов деятельности, и последующий их анализ

Ввиду того что в межотраслевом балансе РФ туризм не выделен как отдельный вид экономической деятельности, оценка его вклада в экономику проводится на основе структуры туристских расходов Казахстана, в котором потребительское поведение населения имеет схожесть с российским в части потребления услуг. В ходе данного этапа формируется структура потребления туристами продуктов предприятий различных видов деятельности на основании информации о расходах туристов в регионе, отчетного межотраслевого баланса по РФ, сведений о структуре туристских расходов в Казахстане, данных экспертных оценок, а затем вычленяется доля туризма в выпуске продукции.

Анализ показал, что внутренние туристы в наибольшей степени потребляют товары и услуги, оказываемые турагентствами (17,5%), а также предприятиями общественного питания (15,2%) [Стратегический ресурс..., 2020]. Что касается въездного туризма, то здесь основная часть туристских расходов приходится на сектор размещения и общественного питания – 25,2 и 15,8% соответственно (табл. 1.6).

Исходя из этого, можно отметить, что в российских условиях туристско-ориентированными продуктами являются услуги турагентств (100%), индустрии средств размещения (90,7%) и сектора воздушного транспорта (50,6%).

Таблица 1.6. Доля туристского выпуска в общем выпуске продуктов, % к итогу

Продукты	Значение
Услуги гостиниц, кемпингов и прочих мест для временного проживания	90,7
Услуги общественного питания	46,5
Услуги междугородного пассажирского железнодорожного транспорта	35,0
Дорожный пассажирский транспорт	0,6
Водный транспорт	0,0
Услуги по пассажирским перевозкам воздушным транспортом	50,6
Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования	9,3
Услуги туристических агентств и туроператоров; услуги по обслуживанию туристов, не включенные в другие группировки	100,0
Услуги в области культуры	15,0
Спортивные и рекреационные услуги	15,3
Другие отрасли	8,4
Источник: рассчитано авторами на основе метода межотраслевого баланса.	

После этого формируется таблица «затраты – выпуск» региона. С помощью методологии системы национальных счетов и сателлитного счета туризма выделяется вид экономической деятельности «Туризм», как известно, отдельно не представленный в российской статистике. Путем агрегации ВЭД, относящихся к туризму, определяется доля туристского выпуска в общем выпуске продукции [Стратегический ресурс..., 2020].

Этап 2. Формирование таблицы «затраты – выпуск» региона

Используя методологию системы национальных счетов и сателлитного счета туризма, путем агрегирования туристско-ориентированных видов деятельности («Гостиницы и рестораны», «Деятельность сухопутного транспорта», «Деятельность водного транспорта», «Деятельность воздушного транспорта», «Деятельность туристических агентств», «Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта») с учетом доли в них туристского выпуска, мы выделим вид экономической деятельности «Туризм», отдельно не представленный в российской статистике.

Этап 3. Формирование статической межотраслевой модели региона, с выделенным видом экономической деятельности «Туризм»

Модель опирается на основное уравнение межотраслевого баланса:

$$x = (E - A)^{-1} \cdot y,$$

где:

x – вектор общего объема выпуска продукции;

y – вектор конечного продукта;

E – единичная матрица;

$(E - A)^{-1}$ – матрица коэффициентов полных затрат.

На основании полученной матричной зависимости можно рассчитать, каким должен быть объем реализации (x) во всех отраслях¹⁴ экономики, если планируется изменение конечного спроса (y), т.е. проводится расчет полных затрат.

Этап 4. Расчет изменения показателей развития экономики региона (объем выпуска товаров и услуг, численность занятых, размер фонда оплаты труда по отраслям) при увеличении туристского потребления

Этап 5. Анализ результатов, полученных при определении влияния сферы туризма на социально-экономические показатели региона

Использование предложенного научно-методического подхода позволяет определить значимость туризма как внутреннего фактора для региональной экономики, а также проводить прогнозные расчеты на средне- и долгосрочную перспективу.

Следует отметить, что некоторые допущения в расчетах сказываются на итоговой оценке. Она стала бы более корректной при точном соблюдении методологии ССТ. В связи с этим итоговым результатом оценки влияния туризма на экономику ре-

¹⁴ Понятия «отрасль» и «вид экономической деятельности» в данном исследовании используются как синонимы.

гиона будет не абсолютно точное значение, а некие границы, внутри которых находятся рассчитываемые показатели.

Таким образом, разработанная нами методика оценки влияния сферы туризма на социально-экономическое развитие региона позволяет определить значимость этого внутреннего фактора для региональной экономики, а также проводить прогнозные расчеты на средне- и долгосрочную перспективу.

Резюме по главе 1

Проведенное нами обобщение теоретико-методологических основ исследования туризма как фактора социально-экономического развития территорий позволило заключить, что:

- в рыночных условиях хозяйствования появляются новые подсистемы, способные стать катализатором воспроизводственного процесса и оказывать мультипликативное влияние на сопряженные сектора регионального хозяйства, к числу которых относится туризм;

- достижение успешного развития туристической отрасли напрямую связано с масштабом оказываемой ей поддержки органами государственной власти, что обуславливает значимость проведения оценки влияния отрасли на экономику территории;

- для оценки влияния туризма на экономику территории наиболее перспективным методом исследования является метод межотраслевого баланса, который позволяет объективно измерить вклад отрасли; оценка вклада туризма в экономику региона на основе методологии системы национальных счетов и сателлитного счета туризма дает возможность измерять последствия реализации управленческих решений, принимаемых в этой сфере.

2. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ ОТ ПОТРЕБЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЕМ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ РОССИИ И РЕГИОНОВ

2.1. Анализ текущего состояния и тенденций развития российского туризма

Туристский сектор России сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в экономике. На эффективную деятельность индустрии туризма влияют многочисленные факторы, различающиеся по силе воздействия и во многом определяющие уровень ее развития. В связи с этим анализ текущего состояния и выявление трендов, сложившихся под влиянием внешних и внутренних сил, стали важной задачей обеспечения устойчивого функционирования туризма.

Внутренний туризм

События последних лет (пандемия коронавируса, ввод против России странами Запада экономических санкций, закрытие границ) обострили необходимость форсированного развития в стране внутреннего туризма, который в новых геополитических условиях выступает основным источником дохода отрасли. Обеспечения доступности качественного отдыха в стране для всех категорий граждан предполагается достичь путем активного строительства туристической инфраструктуры и удешевления стоимости туристических поездок. Основные целевые параметры развития туризма выражаются в росте к 2035 году его вклада в ВВП страны в 5,1 раза и увеличении более чем в 2 раза количества путешествий по стране, приходящихся на одного россиянина¹⁵.

Россия располагает существенным потенциалом для потребления населением товаров и услуг туризма внутри страны. По данным социологических опросов Всероссийского центра изучения общественного мнения, в течение длительного времени сохраняется устойчивая тенденция проведения отдыха россиянами дома либо на даче¹⁶ (в 2015 году – 63%, в 2022 году – 61%), что не может считаться равноценной заменой туристской поездки (рис. 2.1).

¹⁵ Стратегия развития туризма в России до 2035 года: утв. Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения 10.01.2022).

¹⁶ Дача – загородный дом с участком, используемый его владельцами для проживания, отдыха, выращивания сельскохозяйственной продукции.

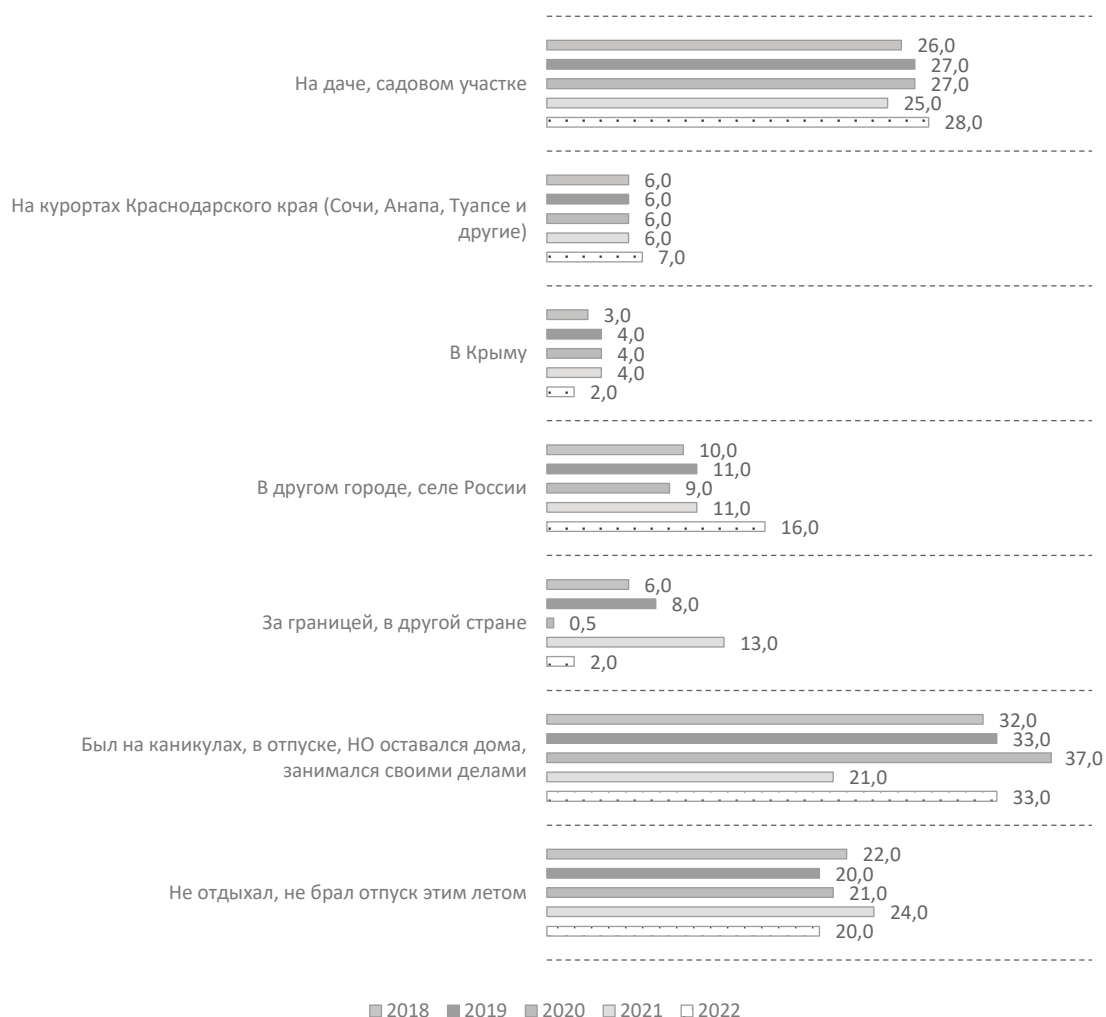


Рис. 2.1. Распределение ответов россиян относительно проведения летнего отпуска по опросу ВЦИОМ (любое число ответов), % от числа всех опрошенных
 Источник: Итоги летнего отдыха – 2022 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/dacha-ili-kurort-gde-otdykhali-rossijane-ehim-letom> (дата обращения 10.01.2023).

Недопотребление населением услуг внутреннего туризма вызвано недостатком финансовых средств на путешествия. В 2020 году эта причина обошла по популярности ответ, объясняющий невозможность путешествий из-за коронавируса и связанных с ним ограничительных мероприятий (табл. 2.1). Как следует из результатов соцопроса, пандемия существенно не отразилась на структуре летнего отдыха россиян, поскольку количество отдыхающих на главных курортах страны (Краснодарский край и Крымский полуостров) осталось на уровне значений прошлых лет.

В 2022 году отмечен рост путешествующих по России (+6 п.п. к 2018 году и +5 п.п. к 2021 году). Примечательно, что среди всех, кто провел отпуск в 2022 году, самой многочисленной категорией является молодежь 18–24 лет – ее доля составляет

Таблица 2.1. Причины проведения россиянами отпуска дома

Если этим летом Вы остаетесь дома и никуда не едете, то по какой причине? (открытый вопрос, один ответ; представлен топ ответов), % от числа тех, кто лето проведет дома									
Вариант ответа	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Нет денег, отсутствие средств	57	43	44	44	44	53	36	40	41
Коронавирус/эпидемия/самоизоляция / все закрыто	-	-	-	-	-	-	25	-	-
Семейные дела, маленький ребенок / декрет	6	7	4	12	18	15	7	4	6
Буду работать, нет отпуска, отпуск в другое время года	6	15	17	17	15	14	6	15	12
Состояние здоровья, болезни (свои или родственников), возраст	10	13	13	8	12	10	7	8	17
Источник: Летние планы – 2020: дом, дача и внутренний туризм // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10297 (дата обращения 21.06.2020).									

почти 30%. Этому способствовала проводимая в последние годы активная политика по развитию внутреннего туризма, одной из самых заметных мер которой стало внедрение программы туристического кешбэка. О нем, как показывают данные соцопросов, население хорошо осведомлено. Так, значительно увеличилось число россиян, знающих об этой акции – с 56% в 2020 году до 72% в 2022 году¹⁷. Также, согласно опросам ВЦИОМ, население информировано и о реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». По итогам 2022 года он был знаком 64% респондентов, причем информированность о нем возросла (на 5 п.п. к 2021 году), что позволило ему войти в число пяти нацпроектов с самым высоким приростом узнаваемости среди населения¹⁸. По мнению 63% опрошенных, именно в этой сфере весьма заметны усилия государства по ее развитию. Среди наиболее значительных улучшений при реализации нацпроекта россияне особенно отметили увеличение разнообразия предложений для отдыха (77%) и повышение информированности о привлекательных для посещения территориях (76%). Продолжением политики по поддержке внутреннего туристского потребления стала реализация с 2022 года пилотного проекта по популяризации путешествий по своему региону для школьников 5–9 классов путем выдачи бесплатных сертификатов, в котором приняли участие 18 регионов страны. Согласно оценкам, в 2022 году ими воспользовалось около 100 тыс. детей.

Рост внутреннего туризма в последние годы подтверждается и данными официальной статистики. Всего за двадцатилетний период наблюдений внутренний турпоток в среднем по стране увеличился в 3,1 раза, а по итогам 2022 года превысил значения допандемийного уровня (рис. 2.2).

¹⁷ Исследовательский центр портала Superjob.ru. Социологический опрос. Место проведения опроса – Россия, все округа. Населенные пункты – 360. Время проведения – 29–31 августа 2022 года. Исследуемая совокупность – экономически активное население России старше 18 лет. Размер выборки – 1600 респондентов. URL: <https://dzerzhinskiy.superjob.ru/research/articles/113645/osvedomlennost-rossiyan-o-programme-turisticheskogo-keshbeka-vyroslo>

¹⁸ Национальные проекты – 2022: планы и результаты // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nacionalnye-proekty-2022-plan-y-i-rezultaty>



Рис. 2.2. Динамика численности россиян, размещенных в коллективных средствах размещения России, млн чел.

Источник: ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>

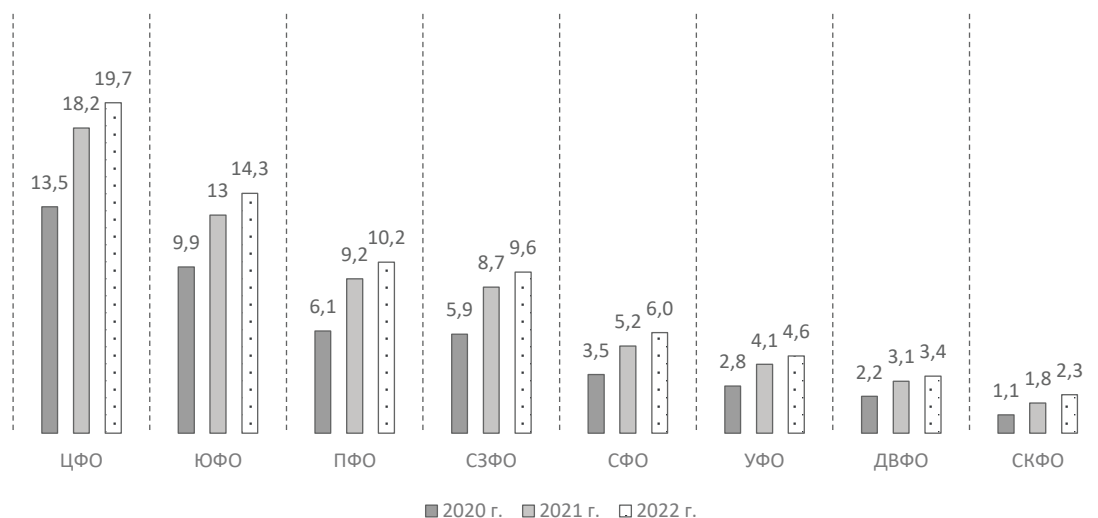


Рис. 2.3. Динамика объема внутреннего турпотока в РФ в разрезе федеральных округов в 2020–2022 гг., млн чел.

Источник: ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>

Среди российских регионов по итогам 2022 года, как и двумя годами ранее, лидером по числу туристов, останавливающихся в средствах размещения, стал Центральный федеральный округ. Значение показателя равняется 20 млн чел., что составило 28% от всего внутреннего турпотока в стране (рис. 2.3).

Это позволяет сделать вывод о том, что для Российской Федерации характерны сильные диспропорции потребления турпродуктов: основной спрос приходится на несколько дестинаций: г. Москва и г. Санкт-Петербург, курорты Краснодарского края и Крыма. В связи с этим актуализируется проблема диверсификации туристического предложения в стране и использования потенциала других территорий для стимулирования туристского потребления.

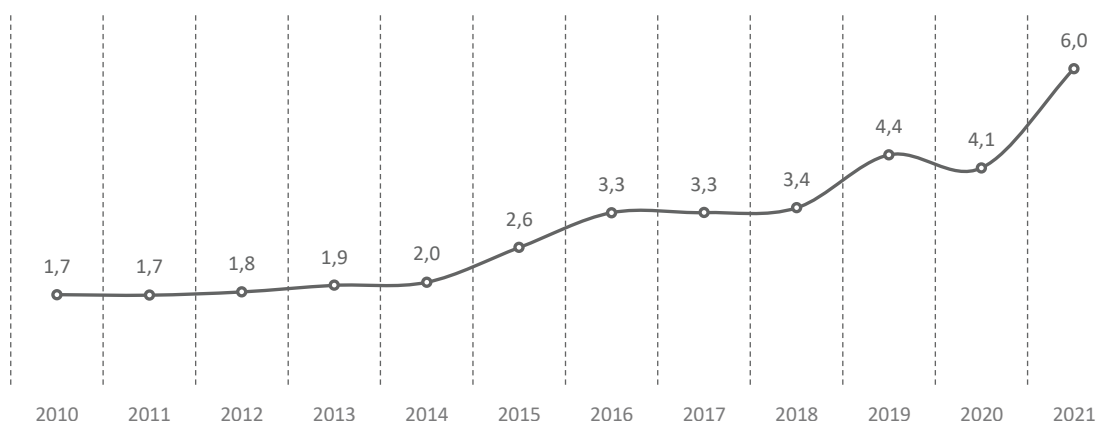


Рис. 2.4. Динамика численности россиян, отправленных в туры по России, млн чел.
Источник: данные Росстата.

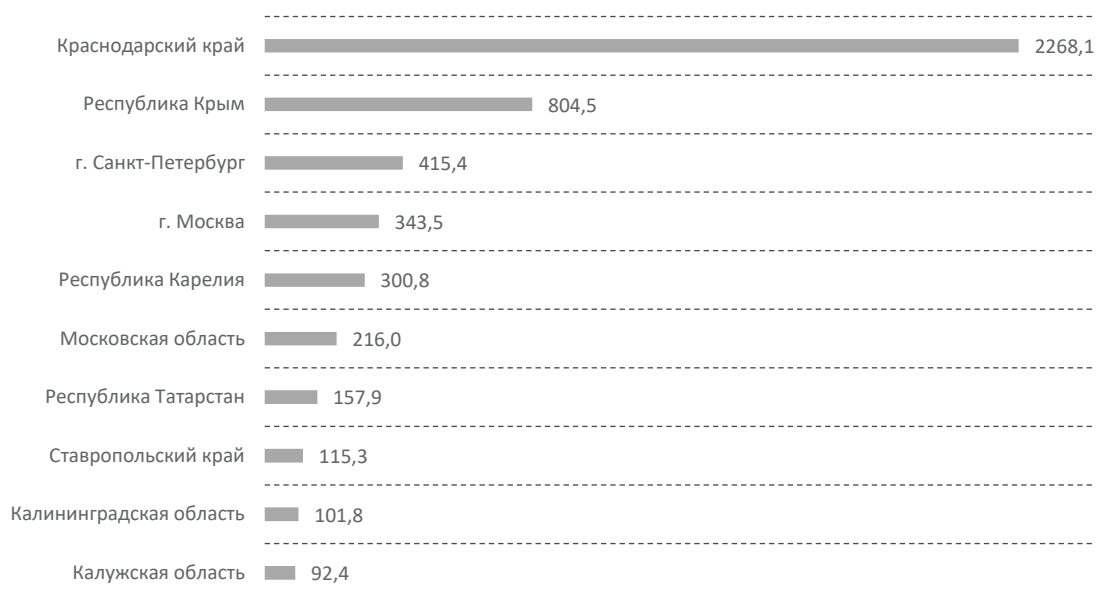


Рис. 2.5. Число российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по России по основным направлениям в 2021 году, тыс. чел.
Источник: ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31591>

В 2021 году зафиксировано рекордно высокое за последнее десятилетие число россиян, отправленных турфирмами на отдых по России, – почти 6 млн чел., что выше допандемийного значения в 2019 году на 36% (рис. 2.4).

Больше всего туристов было направлено турфирмами в Краснодарский край и Республику Крым – центры пляжного отдыха страны (рис. 2.5).

Увеличение интереса к отдыху внутри страны фиксируется и в сегменте речных круизов. Так, по оценке Минтранса России, по сравнению с прошлогодним значени-

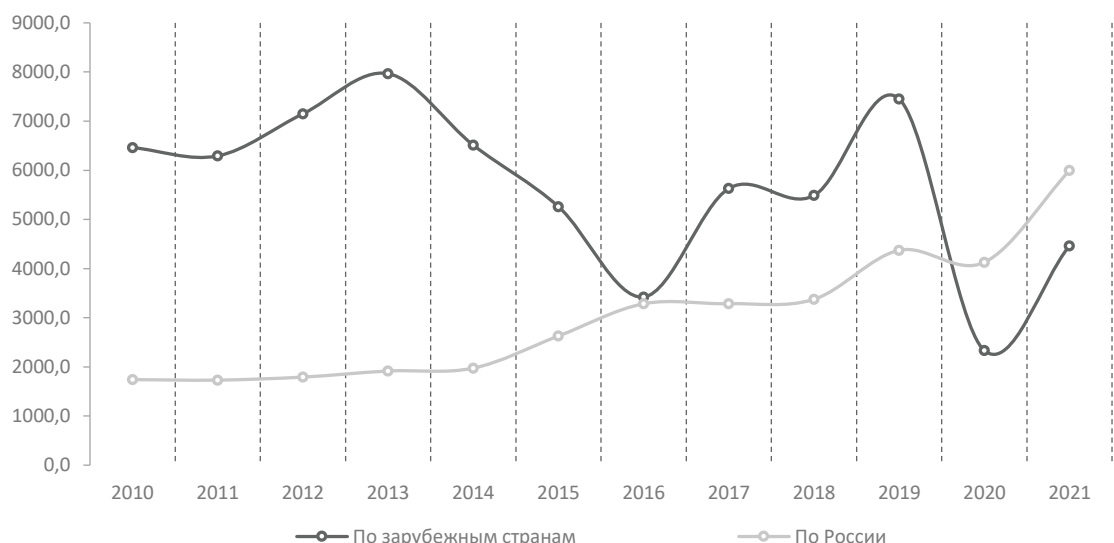


Рис. 2.6. Динамика численности российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры, тыс. чел.

Источник: данные Росстата.

ем объем речных перевозок в 2022 году вырос на 35% к уровню 2019 и 2021 гг.¹⁹ В числе факторов популярности у населения речных путешествий в 2022 году эксперты назвали действие программы туристического кешбэка, что обусловило спрос на речные круизы на 25–30%²⁰. В целом оборот рынка речных круизов по итогам года увеличился на 30% и составил 25 млрд руб.²¹

Выездной туризм

Длительное время ведущим направлением туризма в России был выездной туризм, так как в силу неразвитости туристической инфраструктуры в стране и недостаточного уровня сервиса россияне предпочитали отдыхать за ее пределами. Пандемия коронавирусной инфекции привела к существенному снижению выездного потока россиян, объем которого по итогам 2021 года не достиг допандемийного уровня (рис. 2.6). В целом за 2019–2021 гг. число выездных туристов сократилось на 60%.

Количество зарубежных поездок по итогам 2022 года по сравнению с доковидным 2019 годом стало вдвое меньше (рис. 2.7). Однако по сравнению с 2021 годом отмечен рост количества визитов россиян за границу на 17,1% – до 22486541 поездок.

Исключая выезды россиян в зарубежные страны с нетуристическими целями, которые учитываются в статистике, основными направлениями поездок туристи-

¹⁹ Сидорихина И. «Не нужен нам берег турецкий» // Эксперт. URL: <https://expert.ru/2023/01/25/ne-nuzhen-nam-bereg-turetskiy>

²⁰ Кешбэк на речные круизы тоже может завершиться досрочно. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59350.html>

²¹ Оборот рынка речных круизов России в 2022 году увеличился на 30% – до 25 млрд рублей. URL: <https://portnews.ru/news/341680>

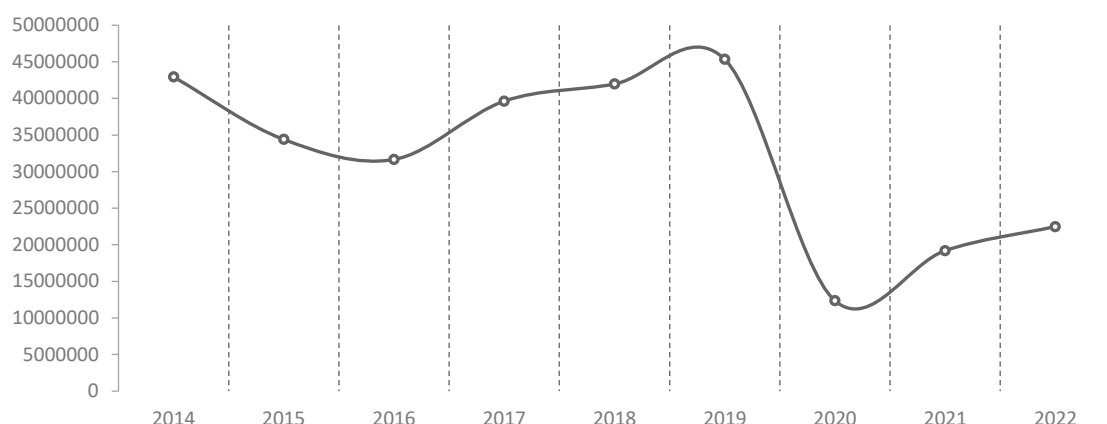


Рис. 2.7. Динамика выездных туристических поездок граждан Российской Федерации за рубеж, ед.
Источник: данные Росстата.

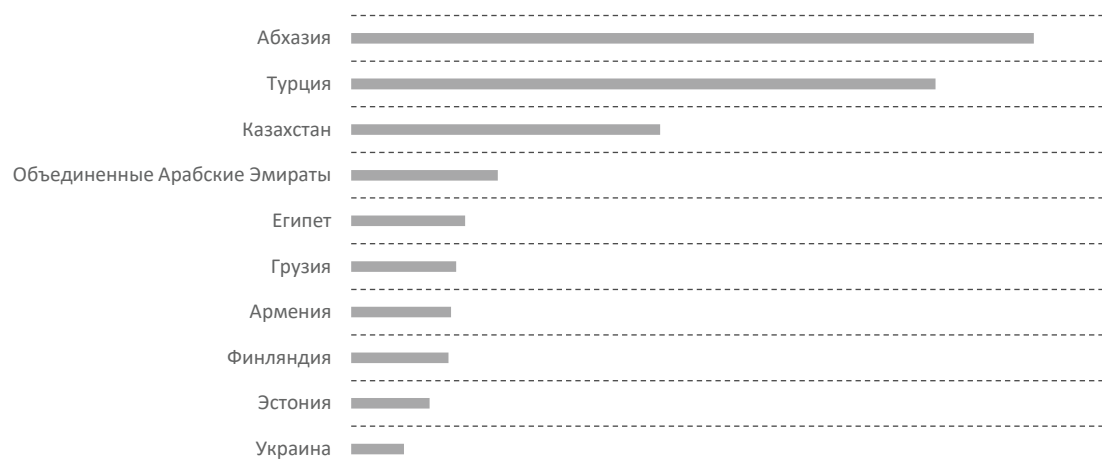


Рис. 2.8. Топ-10 стран, в которые ездили российские туристы в 2022 году, поездок
Источник: данные Росстата.

ческого характера в 2022 году были Абхазия, Турция и ОАЭ – страны, предлагающие преимущественно пляжный вид отдыха, который пользуется основным спросом у жителей России (рис. 2.8).

Въездной туризм

Въездной туризм в России остается самым слабо развитым типом туризма. Причинами этого являются инфраструктурные проблемы, существующие ограничения визового режима, слабое информационное продвижение туристических возможностей страны за рубежом и связанный с этим определенный дефицит положительной информации о России среди иностранных туристов. В то же время это направление видится драйвером развития отрасли в целом, так как расходы иностранных туристов способствуют росту внутреннего туристического потребления в стране, увеличивая вклад туризма в экономику.

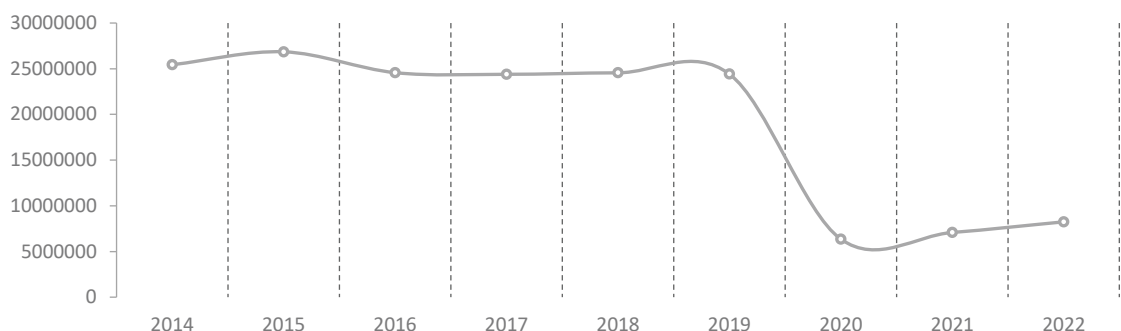


Рис. 2.9. Динамика числа въездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж, ед.
Источник: данные Росстата.

Пандемия COVID-19 и последующие события еще более усугубили ситуацию на российском рынке въездного туризма, на которую в 2022–2023 гг. оказала влияние нестабильная геополитическая обстановка, что привело к сокращению объемов въездного туризма из-за отсутствия прямых авиарейсов, сложностей с обслуживанием российских самолетов из-за санкций. В целом за 2019–2022 гг. в России количество въездных туристов сократилось в 25,5 раза и составило по итогам 2022 года порядка 200 тыс. чел., что намного меньше, чем в «ковидные» 2020 и 2021 гг. Это негативно отразилось на работе предприятий сферы туризма и уменьшило их вклад в экономику.

Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию за 2019–2022 гг. снизилось на 66% (рис. 2.9).

Как следует из данных статистики, большинство въездных поездок в Россию не относится к классическому туризму, поскольку совершаются жителями стран постсоветского пространства (рис. 2.10).

Активизация развития въездного туризма связывается экспертами рынка с введением в России электронной визы для иностранцев, запуск которой ожидается в 2023 году. Так, по мнению гендиректора компании «Воздушные ворота Северной столицы», управляющей аэропортом Пулково (Санкт-Петербург), при действии системы выдачи электронных виз иностранцам возможен скачкообразный рост пассажирского трафика на международных авиалиниях, прежде всего туристов из Китая и арабских государств²². Ожидается, что визу будут получать граждане не только дружественных стран, а всех 52 государств²³ из списка, утвержденного Правительством РФ еще в 2020 году, плюс еще трех новых стран: Вьетнама, Камбоджи, Мьянмы²⁴.

²² Глава Пулково: Возможен резкий рост трафика на международных авиалиниях. URL: <http://www.ato.ru/content/glava-pulkovo-vozmozhen-rezkiy-rost-trafika-na-mezhdunarodnyh-avialiniyah>

²³ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 6 октября 2020 г. № 2571-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/c0ZDX0WaURdyvOidgFY5U5oDg61UC7QB.pdf>

²⁴ Электронную визу в Россию иностранцам обещают в августе: что она даст туризму? URL: <https://www.atorus.ru/node/53381>

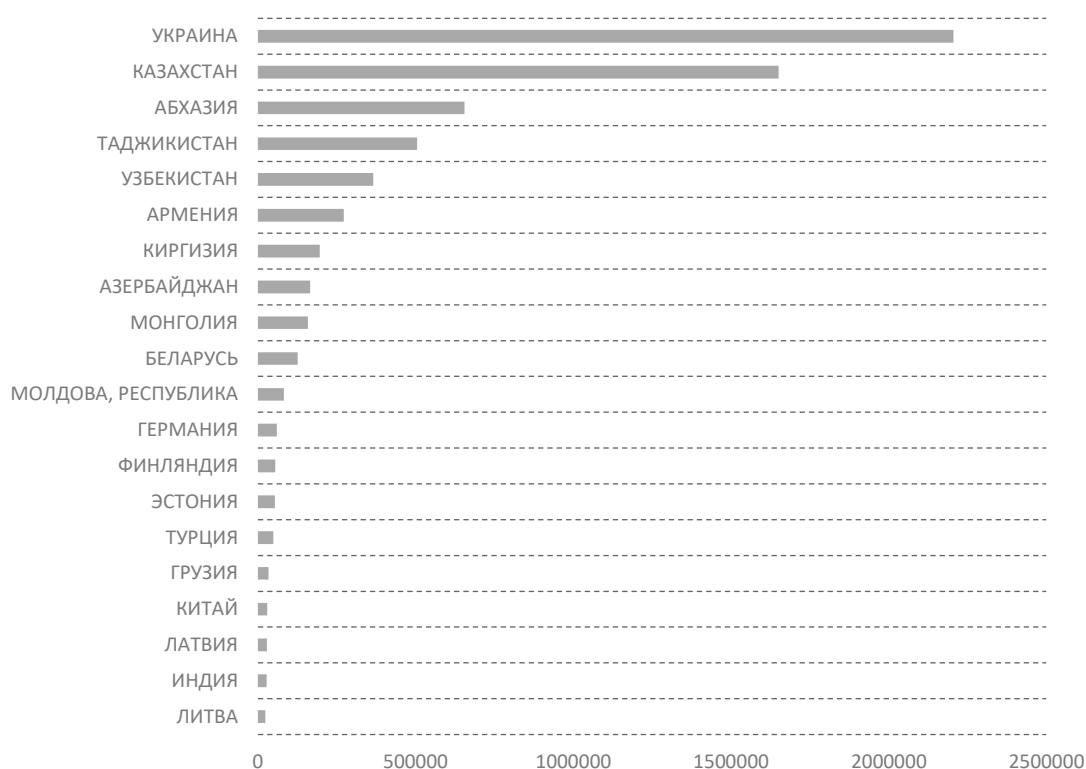


Рис. 2.10. Топ-20 стран по въездному турпотоку в 2022 году, поездок
 Источник: данные Росстата.

Для получения электронной визы иностранный гражданин может заполнить заявление на специализированном сайте МИД РФ или с помощью мобильного приложения, которое можно скачать на том же сайте, что существенно упрощает процесс, поскольку теперь нет необходимости посещать посольство или консульство России в своей стране. Одним из главных преимуществ электронных виз является их универсальность: они действительны для въезда и выезда из России различными видами транспорта, включая воздушный, автомобильный и водный транспорт. Это означает, что туристы могут свободно выбирать удобный для них способ передвижения и не ограничиваться только одним видом транспорта. Кроме того, электронные визы также позволяют въезжать и выезжать из России через определенные пункты пропуска. Система уже включает 92 объекта, и их количество постоянно растет, что открывает возможности для туристов посетить различные регионы страны, а не только такие популярные места, как Москва и Санкт-Петербург. Помимо удобства и гибкости, электронные визы также обладают преимуществами в плане безопасности. Вся информация, предоставляемая при заполнении заявления, хранится в защищенной базе данных, что обеспечивает конфиденциальность и безопасность личных данных заявителя. Новая система электронных виз в России демонстрирует стремление правительства к развитию туризма и улучшению условий для иностранных гостей. Это значительно упрощает процесс получения визы и делает Россию более доступной для туристов со всего мира.



Рис. 2.11. Динамика числа коллективных средств размещения в России, тыс. ед.
Источник: данные Росстата.

Другим эффективным инструментом привлечения туристов из других стран может стать так называемая банковская «карта туриста». Российским правительством был принят закон, позволяющий иностранцу удаленно открывать счет и получать карту российского банка. Закон должен упростить пребывание в России зарубежных туристов, которые сейчас не могут использовать в РФ карты Visa и Mastercard иностранных банков.

Согласно законопроекту, для оформления банковской «карты туриста» российскому банку необходимо будет заключить договор и делегировать иностранному банку или иной иностранной финансовой организации проведение идентификации клиента или его представителя. После прохождения процедуры в своей стране туристам станет доступно открытие электронного счета в российском банке удаленно. Турист сможет получить свою российскую платежную карту по прибытии в Россию²⁵. В настоящее время, по оценкам специалистов, иностранцы более чем в 90% случаев расплачиваются в России наличными средствами, обменяв привезенную с собой валюту на рубли²⁶.

Как ожидается, именно китайские туристы должны составить основу турпотока в Россию после возобновления действия соглашения о безвизовых поездках для групп.

Развитие коллективных средств размещения в России

О развитости туризма в стране можно судить по показателям туристской инфраструктуры, в частности гостиничного сектора, хотя он используется не только туристами.

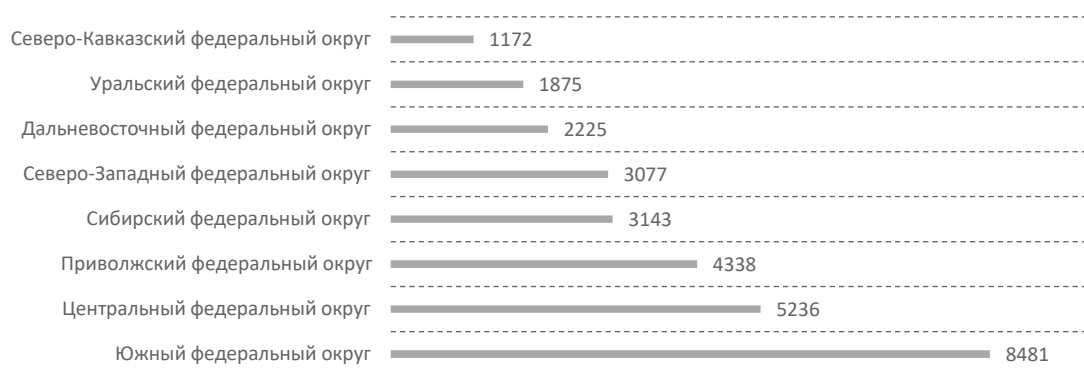
В России за 2002–2022 гг. число гостиниц и иных средств размещения увеличилось в 3,4 раза (рис. 2.11), что свидетельствует о росте спроса населения на гостиничные услуги.

²⁵ Российская платежная карта для интуристов: как это будет работать. URL: <https://www.atorus.ru/node/53174>

²⁶ Там же.

**Таблица 2.2. Динамика основных показателей деятельности
гостиничного сектора в России, 2002–2020 гг.**

Показатель	2002 год	2010 год	2022 год	2022 год к 2002 году, раз
Число номеров, тыс. ед.	442,2	555,7	1 058,7	2,4
Число мест, млн	1,0	1,7	2,7	2,5
Число ночевок, млн	158,2	162,9	318,5	2
Источник: данные Росстата.				



**Рис. 2.12. Распределение коллективных средств размещения в разрезе
федеральных округов в 2022 году, ед.**

Источник: данные Росстата.

За анализируемый период в России отмечен двукратный рост числа номеров в гостиницах и мест в них, сопровождавшийся аналогичной динамикой увеличения количества ночевок (табл. 2.2).

По состоянию на 2022 год почти 30% от всех средств размещения в стране приходилось на Южный федеральный округ, в котором хорошо развит пляжный отдых (рис. 2.12).

Второе место по числу гостиниц занял Центральный федеральный округ, что объясняется расположением в нем столицы – г. Москвы, в которой насчитывалось 1,3 тыс. отелей.

По оценкам аналитиков, в 2022 году в стране насчитывалось почти столько же отелей, сколько в Турции, но меньшей емкости. В ОАЭ отелей меньше, чем в России, в 21 раз, но туристов они принимают только втрое меньше²⁷. Из всего вышесказанного следует, что требуется активное развитие гостиничной инфраструктуры в других российских регионах, имеющих высокий туристско-рекреационный потенциал. Динамику развития индустрии должна обеспечить поддержка российским правительством инвесторов, направляющих капиталовложения в строительство гостиниц и иных средств размещения. Так, планируется, что к 2030 году

²⁷ Сколько отелей в России, в Турции и других популярных туристических странах. URL: <https://www.atorus.ru/node/50088>

Таблица 2.3. Ключевые проекты круглогодичных приморских курортов в России

Проект	Регион	Площадь	Что построят	Планируемые сроки
«Новая Анапа»	Краснодарский край, станция Благовещенская	1600 га	Более 100 гостиниц с номерным фондом 15–25 тыс., спортивный лагерь, океанариум, аквапарк, школы дайвинга	Разработка мастер-плана должна завершиться в 2024 году
Каспийский прибрежный кластер	Дагестан, Дербент	200 га	Береговую полосу 6 км, современную набережную, спортивные и развлекательные зоны, гостиницы от 3 до 5* и коттеджи общей емкостью до 12,5 тыс. мест; аквапарк, парк аттракционов, центр водных видов спорта и яхтенную марину	Прием первых туристов планируется в 2026 году
«Золотые Пески»	Крым, Евпатория	500 га	Гостиницы и курортную инфраструктуру: широкую линию пляжа, места для отдыха, спасательные вышки; реорганизуют дорожное движение	Должен быть завершен к 2032 году
Курортная зона на берегу Японского моря	Приморье, Хасанский округ	150 га	Гостиницы на 100 номеров с круглогодичным бассейном, апарт-отели, рестораны, рыбный рынок, аквапарк, детские центры	Идет выделение земельного участка для курорта
Саки	Крым, Саки	15 га	Более 10 тыс. номеров, крытый аквапарк, термальный, медицинский и спортивный комплексы, SPA-центр, конгресс-центр	Завершение планируется к 2025 году
Абрау Дюрсо	Краснодарский край, Новороссийск		Более 700 отдельных номеров, глэмпинг, активити-парк, детский игровой и торгово-деловой центры	Завершение планируется к 2029 году
«Русская Балтика»	Калининград, городской округ Янтарный	500 га	Подогреваемый бассейн с морской водой длиной 1 км, зону отдыха, отельные комплексы, магазин беспошлинной торговли и безалкогольного алкоголя	Начало работы – 2028 год
Источник: Ассоциация туроператоров России. URL: https://www.atorus.ru/node/53283				

в России появятся новые курорты на Балтийском, Азовском, Черном, Каспийском, Японском морях и на озере Байкал, которые будут принимать до 10 млн новых туристов в год (табл. 2.3).

Всего к 2030 году в рамках федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» планируется создать 38 тысяч гостиничных номеров. Только в 2022 году Минстрой России провел два отбора на предоставление субсидий для софинансирования расходов регионов по финансовому обеспечению создания инженерной и транспортно-инфраструктуры в целях развития туристских кластеров: было подано

36 заявок, из которых для предоставления субсидий в 2022–2027 гг. отобрано 11 регионов, а это 45 объектов на сумму почти 50 млрд руб.²⁸

Кроме того, государством субсидируется строительство «быстровозводимых объектов размещения»: кемпингов, их разновидности – глэмпингов²⁹, а также автокемпингов.

Основные тренды развития туризма в России

Проведенный выше анализ и обобщение мнений профессионалов туристского бизнеса, ученых и экспертов позволили выявить следующие тренды, присущие туризму в России на данном этапе развития.

1. Рост спроса россиян на внутренний туризм

Ожидается, что данный тренд сохранится в будущем, что будет обеспечено за счет развития туристской инфраструктуры и разнообразия туристских продуктов.

2. Появление новых видов туризма

Структура предпочтений россиян в отношении отдыха весьма консервативна и не меняется уже много лет: около 50% отдыхающих едут к морю, около 25% – на экскурсии, 10% – в санатории, еще 15% приходится на остальные виды туризма³⁰. Однако в последнее время среди россиян особую популярность приобрели активно развивающиеся направления: событийный, гастрономический, промышленный туризм. Кроме того, отмечена востребованность отдыха в глэмпингах, а также путешествий на собственном автомобиле.

Ярким примером событийного туризма можно назвать г. Санкт-Петербург, предлагающий гостям посещение широкого спектра ярких и уникальных мероприятий. Так, в 2022 году в северной столице были организованы фестиваль цветов и «Окно в Европу» в честь 350-летия со дня рождения Петра I, международный фестиваль духовых оркестров, приуроченный ко Дню России. Шоу и красочные соревнования пиротехников «Петровский фестиваль огня», посвященные Дню основания Санкт-Петербурга, в 2022 году собрали более 800000 чел. Главными событиями, ежегодно привлекающими туристов, остаются праздник выпускников «Алые паруса», день города, военно-морской парад в честь Дня военно-морского флота, дни проведения Петербургского международного экономического форума.

Гастрономический туризм активно развивается на юге России – в Крыму и Краснодарском крае. Туристам предлагаются посещение виноделен, знакомство с традициями виноградарства, блюдами черноморской кухни, участие в мастер-классах сомелье.

Промышленный туризм предполагает посещение объектов производства. В 2022 году одним из успешных в данном направлении был кейс Нижегородской области, промышленные предприятия которой посетило 78,8 тыс. туристов, что на 13% больше, чем в 2021 году. Также создан прототип возможного маршрута

²⁸ Минстрой: К 2030 году в России необходимо создать 38 тысяч гостиничных номеров. URL: <https://rg.ru/2023/05/15/minstroj-k-2030-godu-v-rossii-neobhodimo-sozdat-38-tysiach-gostinichnyh-nomerov.html>

²⁹ Глэмпинг – разновидность кемпинга, объединяющая в себе комфорт гостиничного номера с возможностью отдыха на природе.

³⁰ Ассоциация туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru/node/53283>

по промпредприятиям Нижегородской области, объединяющий 15 муниципалитетов. Для активного развития данного направления в других регионах страны необходимо создание реестра предприятий, открытых для посещения туристами, и формирование программы развития промышленного туризма. Это может быть достигнуто при консолидации усилий региональных органов власти, представителей бизнеса и привлечении экспертов Агентства стратегических инициатив, на базе которого при поддержке Минпромторга РФ создана специальная акселерационная программа, направленная на создание и внедрение модели промышленного туризма.

3. Диспропорции в распределении внутреннего турпотока

Основной турпоток приходится на Центральный и Южный федеральные округа. Их отличают высокая плотность населения, хорошая транспортная связанность, высокая концентрация интересных мест для посещения.

4. Активное развитие туристической инфраструктуры

Реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» позволит перераспределить спрос между туристскими дестинациями, увеличить число путешествующих россиян, повысить обеспеченность территорий объектами туристской инфраструктуры, повысить вклад отрасли в экономику.

Таким образом, в ближайшем будущем устойчивый спрос россиян на отдых в стране сохранится. В этих условиях конкуренция за внутренних туристов между регионами значительно обострится, что потребует усиленного внимания к развитию регионального рынка туризма и оценке его влияния на экономику, что и будет выполнено в следующем параграфе.

2.2. Оценка экономических эффектов от реализации программы туристического кешбэка

Влияние пандемии коронавирусной инфекции негативно отразилось на состоянии мировой экономики и большинства ее отраслей. По оценкам ООН, спад производства в результате коронакризиса составил 4,3%³¹, что сравнимо с экономическими потерями времен периода Великой депрессии 1929–1939 гг. К числу наиболее пострадавших секторов относится туризм, занимающий важнейшее место в системе мирового хозяйства и выступающий одним из его драйверов. До введения странами мира ограничений на поездки населения из-за распространения COVID-19 вклад туризма в мировой ВВП, согласно данным Всемирной туристской организации при ООН (ЮНВТО), составлял более 10,3%, формируя третью часть мирового экспорта услуг и создавая каждое десятое рабочее место в мире (330 млн мест). До 2020 года в течение последних десяти лет наблюдался ежегодный рост туристических прибытий, что свидетельствует о динамичном развитии отрасли. В результате действия кризиса этот показатель сократился на 74%, что позволило ЮНВТО назвать 2020

³¹ Данные доклада ООН об экономической ситуации в мире и перспективах развития. URL: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-2020> (дата обращения 10.02.2021).

год худшим для отрасли за всю историю наблюдений. Потери доходов этого сектора в 11 раз превысили уровень 2009 года в период мирового экономического кризиса.

Влияние пандемии COVID-19 на туристскую отрасль обусловило высокий интерес ученых к оценке ее последствий, определению перспектив развития сектора в постковидный период, а также изменению поведения населения в отношении потребления туристских продуктов. Например, в работе ученых Вашингтонского университета [9] на основе проведенного лонгитюдного исследования делается вывод о том, что возросшие потребности туристов на общественную безопасность ускорят внедрение в туристскую отрасль разработок в области искусственного интеллекта и робототехники. В работе исследователей из английского университета Глостершир [Jones, Comfort, 2020] влияние коронакризиса на туризм рассмотрено с позиций устойчивости. Так, авторы констатируют, что после пандемии популярность пакетного отдыха упадет из-за ограничений на авиаперелеты, что в свою очередь повысит востребованность путешествий в пределах собственных стран. Коллектив малайзийских ученых оценил эффект влияния COVID-19 на индустрию туризма Китая [Hoque и др., 2020]. Ими определено, что туристическая отрасль Китая серьезно пострадала от коронавируса. В то же время к позитивным эффектам пандемии они относят рост популярности на услуги предприятий сферы туризма, предоставляемые онлайн.

Отечественные исследователи уделили внимание анализу адаптации сферы туризма к сложным социально-экономическим условиям развития России [Лаврова, 2020], оценке недополученных в 2020 году доходов предприятий туристской сферы [Тимохин и др., 2020], прогнозу спроса путешественников на туры в постковидный период [Гунаре, Афанасьев, 2020].

Таким образом, стоит отметить, что в научных публикациях оценке эффектов для экономики от принятия мер по стимулированию спроса на товары и услуги туризма не уделено достаточного внимания. Ликвидация этого пробела позволит углубить и расширить исследования о взаимосвязи туризма и роста экономики.

Потери, понесенные российской туристической отраслью в результате негативного влияния коронавируса, оценены в 1,5 трлн руб. при годовом обороте 3,7 трлн руб. в докризисный период³².

Согласно оценкам Ассоциации туроператоров России (АТОР), в стране за период с марта по декабрь 2020 года прекратили работу около 30% от общего количества турагентств. Еще около 3 тыс. (около 18%) турагентств либо совсем отказались от офиса и перешли к полностью удаленному режиму работы, либо в 3–4 раза сократили офисные площади, иногда даже деля расходы по аренде с другими агентствами-конкурентами или предприятиями нетуристической сферы. В целом количество специалистов, оставшихся без работы в сфере туризма или сменивших вид деятельности на другой, по оценке АТОР, составляет в настоящее время более 50 тыс. чел., и около 50% из этого количества приходится на турагентские ком-

³² Ростуризм раскрыл потери отрасли из-за пандемии и отсутствия туристов. URL: <https://www.rbc.ru/society/19/10/2020/5f8de4329a7947c66bdf1521> (дата обращения 10.02.2021).

пании. Расчеты, проведенные на основе сформированной межотраслевой модели российской экономики, позволили определить, что оцененное Ростуризмом в 40% сокращение туристского спроса вызвало значительную убыль основных экономических показателей по всем видам экономической деятельности (табл. 2.4).

Таблица 2.4. Эффекты для российской экономики от падения туристского спроса в 2020 году

Вид экономической деятельности	Изменение валового выпуска, %	Изменение валового выпуска, млн руб.	Изменение численности работников, тыс. чел.	Изменение фонда заработной платы, млн руб.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	-0,4	-11017	-5,140	-1803,4
Рыболовство, рыбоводство	-0,3	-1217	-0,202	-214,5
Добыча полезных ископаемых	-0,1	-12881	-0,745	-798,7
Обрабатывающие производства конечного спроса	-0,2	-26430	-5,917	-2621,6
Обрабатывающие производства инвестиционного спроса (без машиностроения)	-0,1	-2128	-0,578	-263,6
Обрабатывающие производства промежуточного спроса	-0,2	-44167	-2,554	-1610,4
Машиностроение	-0,2	-18243	-4,819	-3782,7
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	-0,3	-22410	-6,525	-3598,3
Строительство	-0,1	-6456	-2,242	-1146,7
Оптовая и розничная торговля	-0,4	-21689	-23,608	-11370,9
Туризм	-21,7	-347748	-40,220	-32503,3
Гостиницы и рестораны (без туризма)	-0,6	-4699	-2,987	-1010,4
Транспорт (без туризма)	-0,4	-44590	-12,266	-7361,4
Связь (без ИКТ)	-0,1	-2575	-0,503	-458,0
Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ)	-0,7	-2683	-3,052	-3531,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (без ИКТ)	-0,6	-46939	-25,834	-16467,8
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	-2,0	-2702	-70,527	-43154,2
Образование	-0,1	-341	-2,728	-1213,5
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	-294	-0,414	-214,4
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (без туризма)	-0,3	-1635	-3,334	-1771,3
Прочее	-69,2	-13011	0,121	150,4
В целом по экономике	-0,6	-633856	-214,074	-134745,6
Источник: рассчитано авторами на основе межотраслевой модели российской экономики.				

Объем валового выпуска продукции в целом по экономике снизился почти на 634 млрд руб. При этом спад численности работников составил 214 тыс. чел., фонда заработной платы – 134,7 млрд руб. В разрезе видов экономической деятельности наибольший негативный эффект от сокращения потребления населением товаров и услуг туризма пришелся, помимо туризма, на сферу недвижимости, сектор обрабатывающих производств промежуточного спроса и транспорт, что объясняется действующей структурой затрат отрасли.

По нашим расчетам, в результате падения туристского спроса российский ВВП снизился в 2020 году на 0,53%, при этом общее сокращение объемов ВВП, по оценкам Росстата, составило 3,06%.

Для борьбы с последствиями кризиса, вызванного пандемией COVID-19, правительствами многих стран мира были приняты меры поддержки как экономики в целом, так и туризма в частности.

В числе мер поддержки спроса на внутренний туризм некоторыми странами мира были разработаны программы по субсидированию государством поездок внутри страны. Например, в Таиланде и России стимулирование внутреннего турпотока осуществлялось посредством туристического кешбэка. Тайское правительство компенсировало владельцам гостиниц до 40% стоимости номеров, забронированных внутренними туристами. В России эта акция была организована иначе. Государство возвращало населению часть затрат на покупку туров внутри страны и бронирование билетов посредством платежной системы МИР. Для этих целей правительством страны было выделено 15 млрд руб. Реализация программы в 2020 году проходила в два этапа:

- с 21 по 28 августа (туристу возвращалось от 5 до 15 тыс. руб. в зависимости от стоимости тура);

- с 15 октября до 5 декабря (туристу возвращалось 20% стоимости путешествия по стране, но не более 20 тыс. руб.).

Итоги этой беспрецедентной для российского туризма акции нуждаются в оценке и интерпретации.

В исследовании оценка экономических эффектов от реализации программы туристического кешбэка для экономики России и ее регионов выполнена на основе методического инструментария, предложенного в параграфе 1.3, с применением метода межотраслевого баланса, который дает возможность проведения сценарного межотраслевого моделирования экономики.

Для расчета туристского выпуска и туристской добавленной стоимости по видам деятельности, связанным с туризмом, использован методический инструментарий, основанный на агрегировании данных, характеризующих отгрузку товаров, выполнение работ и оказание услуг российскими предприятиями [Леонидова, Сидоров, 2019].

Согласно данным Ростуризма о реализации программы туристического кешбэка, на основе межотраслевой модели выполнен расчет объема реализации продукции туризма при увеличении конечного спроса. Также был оценен вклад туризма в дополнительный прирост численности работников и фонда заработной платы.

Оценка территориальных эффектов, образуемых при стимулировании спроса на товары и услуги в объеме туристического кешбэка, проведена по РФ и ее федеральным округам в пропорциях структуры выпуска продукции, численности работников и фонда заработной платы.

Оценка эффекта от реализации туристического кешбэка

По данным Ростуризма, в 2020 году из 15 млрд руб. за первое и второе окно продаж суммарно было приобретено туров на сумму 6,5 млрд руб., из которых обратно населению вернулось порядка 1,2 млрд руб.³³ В целом в акции приняло участие около 300 тыс. чел.

Использование межотраслевого моделирования позволило рассчитать эффект для экономики страны:

- при потреблении туристских услуг в объеме 6,5 млрд руб.;
- при дополнительном потреблении товаров и услуг населением в размере туристического кешбэка (1,2 млрд руб.) согласно структуре конечного потребления домохозяйств.

Также было установлено, каким образом распределился основной эффект в результате возросшего спроса на продукцию туризма в разрезе федеральных округов. Расчеты, проведенные на основе сформированной межотраслевой модели, позволили определить, что стимулирование спроса населения на покупку туров внутри страны на 6,5 млрд руб. обеспечило прирост основных экономических показателей по всем видам экономической деятельности (табл. 2.5).

В целом по экономике валовой выпуск продукции вырос на 12,3 млрд руб. При этом дополнительный прирост численности работников составил 4,2 тыс. чел., фонда заработной платы – 2,6 млрд руб.

В разрезе видов экономической деятельности наибольший эффект от потребления населением товаров и услуг туризма пришелся, помимо туризма, на сферу недвижимости, сектор обрабатывающих производств промежуточного спроса и транспорт, что объясняется действующей структурой затрат отрасли. Стимулирование конечного спроса на 1,2 млрд руб. в объеме туристического кешбэка согласно сложившейся структуре конечного потребления населения обеспечило увеличение выпуска валовой продукции в целом по экономике на 2,4 млрд руб., численности работников – на 1,5 тыс. чел. (табл. 2.6).

Прирост фонда заработной платы составил 8,6 млн руб.

По результатам расчета определено, что наиболее заметно рост спроса населения на товары и услуги отраслей экономики сказался в оптовой и розничной торговле, сфере недвижимости и секторе обрабатывающих производств конечного спроса.

Таким образом, использование методологии межотраслевого баланса позволило оценить эффект для экономики страны от роста туристского потребления, а также дополнительного спроса на товары и услуги отраслей народного хозяйства в объеме средств, возвращенных туристам за покупку туров по стране.

Результаты расчетов показали, что значение мультипликатора туристских расходов соответствует 1,9, что свидетельствует о высоком мультипликативном

³³ Ростуризм подвел итоги программы туристического кешбэка в 2020 году. URL: <https://tourism.gov.ru/news/17009> (дата обращения 10.02.2021).

Таблица 2.5. Эффект для экономики страны от роста спроса на продукцию туристской отрасли России в объеме 6,5 млрд руб. в 2020 году

Вид экономической деятельности	Прирост валового выпуска, млн руб.	Прирост численности работников, чел.	Прирост фонда заработной платы, млн руб.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	215	100	35
Рыболовство, рыбоводство	24	4	4
Добыча полезных ископаемых	252	15	16
Обрабатывающие производства конечного спроса	516	116	51
Обрабатывающие производства инвестиционного спроса (без машиностроения)	42	11	5
Обрабатывающие производства промежуточного спроса	863	50	31
Машиностроение	356	94	74
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	438	127	70
Строительство	126	44	22
Оптовая и розничная торговля	424	461	222
Туризм	6792	786	635
Гостиницы и рестораны (без туризма)	92	58	20
Транспорт (без туризма)	871	240	144
Связь (без ИКТ)	50	10	9
Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ)	52	60	69
Финансовая деятельность	254	32	39
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (без ИКТ)	917	505	322
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	53	1377	843
Образование	7	53	24
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	6	8	4
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (без туризма)	32	65	35
В целом по экономике	12380	4215	2674
Источник: рассчитано на основе межотраслевого моделирования.			

эффекте отрасли и подтверждает значимость ее стимулирования для российской экономики, в том числе для снижения импортной зависимости, поскольку в структуре формирования ресурсов продукции туризма доля импорта минимальна [Леонидова, 2020].

Также был оценен эффект для региональных экономик при увеличении потребления россиянами товаров и услуг туристского сектора и при дополнительном потреблении в размере туристического кешбэка (рис. 2.13). По итогам расчетов выявлено, что в обоих случаях прирост выпуска валовой продукции в территориальном разрезе, исходя из сложившихся пропорций отгрузки товаров, выполнения работ и оказания услуг российскими предприятиями, рас-

Таблица 2.6. Эффект для экономики РФ от потребления населением товаров и услуг в объеме туристического кешбэка (1,2 млрд руб.)

Вид экономической деятельности	Прирост валового выпуска, млн руб.	Прирост численности работников, чел.	Прирост фонда заработной платы, млн руб.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	160	75	26
Рыболовство, рыбоводство	6	1	1
Добыча полезных ископаемых	66	4	4
Обрабатывающие производства конечного спроса	336	75	33
Обрабатывающие производства инвестиционного спроса (без машиностроения)	14	4	2
Обрабатывающие производства промежуточного спроса	203	12	7
Машиностроение	150	40	31
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	148	43	24
Строительство	30	10	5
Оптовая и розничная торговля	394	429	207
Туризм	84	10	8
Гостиницы и рестораны (без туризма)	38	24	8
Транспорт (без туризма)	166	46	27
Связь (без ИКТ)	51	10	9
Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ)	18	21	24
Финансовая деятельность	90	32	39
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (без ИКТ)	359	198	126
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	11	285	174
Образование	12	97	43
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	22	30	16
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (без туризма)	43	87	46
В целом по экономике	2400	1531	862
Источник: рассчитано на основе межотраслевого моделирования.			

пределился крайне неравномерно с заметным превосходством Центрального федерального округа.

Значительно отстают от ЦФО Северо-Западный, Приволжский, Уральский и Сибирский федеральные округа, в которых экономический эффект распределится примерно в равных пропорциях. К явным аутсайдерам можно отнести Южный, Дальневосточный и Северо-Кавказский федеральные округа, доля которых в объеме прироста валового выпуска продукции весьма низкая.

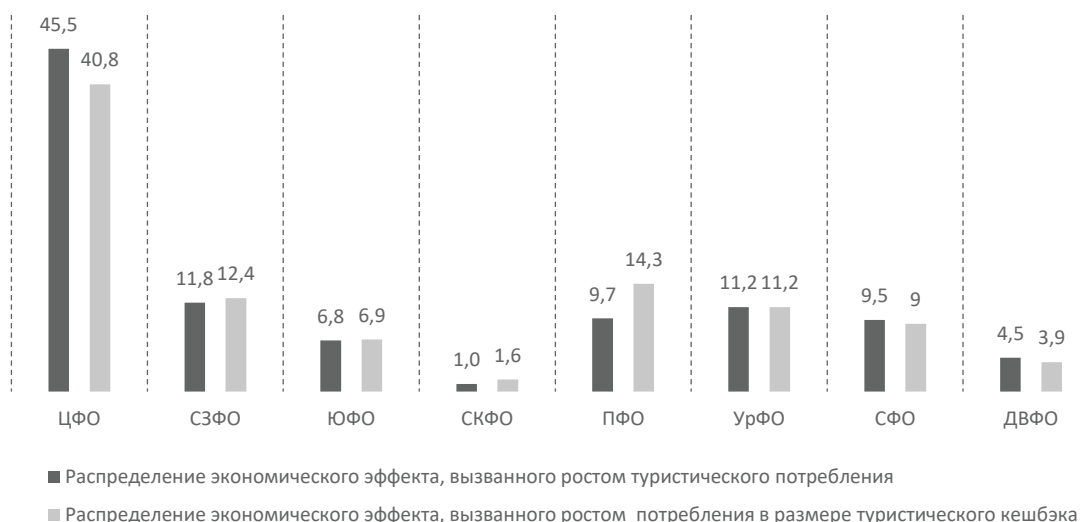


Рис. 2.13. Прирост валового выпуска продукции от стимулирования внутреннего спроса в разрезе федеральных округов, %
 Источник: рассчитано на основе межотраслевого моделирования.

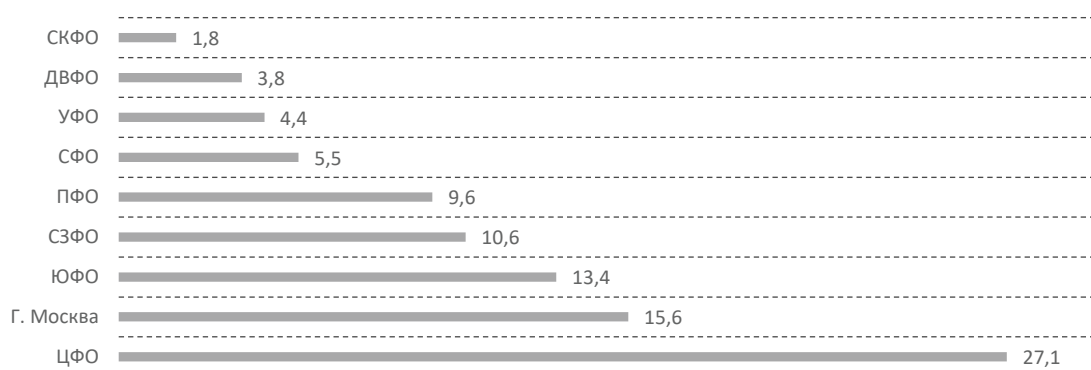


Рис. 2.14. Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения в разрезе федеральных округов в 2019 году, млн чел.
 Источник: данные Росстата.

Лидирующая позиция ЦФО объясняется расположением на его территории города федерального значения Москвы, в котором сконцентрированы значительные экономические ресурсы, что позволяет ему занимать лидирующее положение по многим показателям социально-экономического развития.

Так, например, только в 2019 году услугами средств размещения г. Москвы воспользовались 15,5 млн чел., что выше, чем в других федеральных округах страны (рис. 2.14). Это свидетельствует об эффективном использовании имеющихся ресурсов и сосредоточении производственных мощностей в этом мегаполисе.

Таким образом, оценка стимулирования внутреннего потребительского спроса в территориальном разрезе в обоих случаях показала наличие региональных диспропорций в получении экономических эффектов. Это говорит о необходимости

более эффективного использования производственного потенциала в процессе формирования добавленной стоимости, вызванной ростом внутреннего потребления. Для этого целесообразно создание условий, благоприятных для ведения бизнеса, привлечения инвестиций и развития отраслей специализации данных регионов.

Несмотря на имеющийся территориальный диспаритет от возросшего спроса населения на потребление товаров и услуг, выразившийся в получении наибольших эффектов Центральным федеральным округом, следует отметить, что большая часть прироста валового выпуска продукции (55–60%) приходится на остальные округа, что подтверждает важность стимулирования внутреннего спроса для их экономик, в том числе и на продукцию туристской отрасли.

Возможности развития российского туризма в постковидный период

Итак, проведенные нами расчеты позволили определить, что субсидирование внутренних поездок по стране стало довольно эффективным механизмом восстановления потребительского спроса для российской экономики в кризисный период. В то же время эффект от программы в 2020 году мог быть гораздо больше, если бы ее реализация не потребовала от предприятий турбизнеса перенастройки всех бизнес-процессов в довольно сжатые сроки, в результате чего не так много туристов успели купить туры в первое окно продаж, длившееся всего неделю. Не израсходованные в 2020 году в рамках программы средства направлены на продолжение акции в дальнейшем.

В целом представителями турбизнеса эта мера государственной поддержки отрасли оценивается положительно. Так, по мнению С. Ромашкина, гендиректора туроператора «Дельфин», объем выручки, полученной от продажи туров по кешбэку в 2020 году, больше, чем «вся господдержка с начала года»³⁴. Согласно данным Ассоциации туроператоров России, увеличение объемов продаж туров по России в годовом выражении фиксируется всеми ключевыми туроператорами, причем у некоторых из них прирост за указанный период составил более 100%³⁵. По оценкам экспертов, безусловным лидером акции с туристическим кешбэком в 2020 году стали г. Сочи и курорты Краснодарского края – средневзвешенная доля этих регионов в продажах составила не менее 45–50%³⁶.

Следует отметить, что в 2021 году Ростуризмом были учтены основные замечания по программе ключевых игроков туристического рынка, высказанных по итогам первой волны ее реализации, что позволяет прогнозировать еще большую ее эффективность.

В 2021 году программа туристического кешбэка была направлена на поддержание спроса в низкий сезон³⁷. Согласно оценкам Ростуризма, только за первые че-

³⁴ Туроператоры рассказали, как их спасла программа кешбэка и как ее надо улучшить к следующему разу. URL: <https://www.tourprom.ru/news/47774> (дата обращения 16.02.2021).

³⁵ Туроператоры подвели итоги «второй волны» кешбэка. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53599.html> (дата обращения 16.02.2021).

³⁶ Там же.

³⁷ Ростуризм высказался о сроках запуска третьего этапа акции с кешбэком. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/54286.html> (дата обращения 16.02.2021).

тыре дня третьего этапа программы кешбэка³⁸, стартовавшего 18 марта 2021 года, объем спроса на туры по России составил более 1 млрд руб.³⁹ Это позволяет сделать вывод о высокой востребованности данной меры со стороны путешественников. В третьей программе кешбэка принимают участие около 3,5 тыс. продавцов туристических услуг, что на 40% больше, чем во второй акции с кешбэком осенью 2020 года⁴⁰.

Говоря о перспективах развития туристической отрасли России в постковидный период, следует заключить, что в условиях действующих ограничений на выезд туристов во многие зарубежные страны и с учетом существенной поддержки отрасли государством появился шанс существенно нарастить объем внутреннего туристического потока и превратить отрасль в драйвер экономического развития. На основании вышеприведенных данных, подтверждающих привлекательность программы туристического кешбэка как для туристов, так и для турбизнеса, можно предположить, что эта мера государственной поддержки будет эффективно стимулировать туристический спрос в ближайшей перспективе, что позволит частично компенсировать потери отрасли.

Прогнозируя развитие сферы туризма в России в случае улучшения ситуации в сфере въездного туризма⁴¹ и восстановления авиасообщения между странами, стоит отметить, что часть туристов, предпочитавшая до пандемии зарубежный отдых в связи с более высоким по сравнению с российским уровнем развития туристической инфраструктуры и предоставляемым сервисом при сопоставимой стоимости, выберет поездки за границу, что ускорит восстановление потока выездного туризма.

К факторам, которые будут ограничивать развитие туристической отрасли в России в краткосрочной перспективе, можно отнести снижение платежеспособности населения вследствие падения уровня доходов⁴² и нестабильность экономической ситуации в стране.

Следует учесть, что в дополнение к существующим мерам стимулирования отрасли ее эффективное функционирование в постковидный период может обеспечить реализация следующих направлений.

³⁸ Возврат средств на покупку тура составляет 20% от стоимости покупки, но до 20000 руб. за одну операцию по карте. Кешбэк начисляется за поездки, которые длятся как минимум 3 дня (2 ночи).

³⁹ Ростуризм сообщил о купленных россиянами турах с кешбэком на 1 млрд руб. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6058934a9a79476f685a924e> (дата обращения 22.03.2021).

⁴⁰ Официально объявлены даты и условия третьей акции с кешбэком за туры по России. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/54602.html> (дата обращения 16.03.2021).

⁴¹ В 2022–2023 гг. на развитие въездного туризма в России оказало влияние введение визовых ограничений многими государствами, отсутствие с ними прямого авиасообщения, сложности с обслуживанием российских самолетов из-за действия санкций, введенных странами Евросоюза и США.

⁴² По оценке Росстата, в 2020 году реальные располагаемые денежные доходы россиян сократились на 3,5% в годовом выражении, что на 10,6% ниже уровня 2013 года.

1. Расширение мер по субсидированию туристических поездок внутри страны для конкретных категорий граждан (детей, пенсионеров, малообеспеченных семей и т.д.)

Одной из проблем российского туризма является дороговизна внутренних туристических услуг, что в купе со снижающимися доходами населения делает отдых внутри страны недоступным для многих ее граждан. В связи с этим целесообразно внедрение пакетных решений, когда стоимость тура с включенным набором тур-услуг оказывается дешевле, чем их приобретение туристом по отдельности, либо компенсация части стоимости билетов на различных видах транспорта, составляющих основную статью затрат российских туристов.

2. Расширение набора мер поддержки для туристического бизнеса

Необходимо осуществлять на системной основе программы субсидирования чартерных перевозок внутри страны. Запущенные в 2020 году при поддержке Ростуризма чартерные рейсы в удаленные районы России⁴³ доказали их востребованность туристами⁴⁴. Благодаря этой мере стоимость недельного тура на Байкал уменьшилась по сравнению с уровнем 2019 годом в два раза⁴⁵. Это позволит расширить географию путешествий и удешевить стоимость услуг на внутренний туризм.

3. Активное внедрение цифровых технологий в сфере туризма

Одной из современных тенденций, определяющих развитие туризма в мире, является активное развитие цифровых технологий. Их внедрение в сфере туризма России актуально для планирования и покупки путешествий туристами. В этих целях весьма перспективно создание туристических маркетплейсов – онлайн-площадок для продажи туров, которые объединяют различных участников рынка, предоставляющих широкий спектр туруслуг. Они могут быть интегрированы с уже существующими крупными цифровыми платформами других непрофильных компаний, имеющих широкую клиентскую базу (ПАО «Сбербанк», Яндекс и т.д.).

Примером такой онлайн-площадки для туристов является проект RUSPASS, созданный в 2020 году в г. Москве. Ориентированный изначально на иностранных туристов, сервис вызвал интерес и у представителей внутреннего туризма. Так, за год его существования к нему присоединилось около 80 российских регионов.

4. Трансформация подхода к управлению туристской отрасли и ее развитию в регионах

Изменение подхода к развитию туризма со стороны государства и акцент на его экономической составляющей должны быть поддержаны и на региональном уровне, для чего необходимо пересмотреть организацию регулирования отрасли в субъектах РФ. В настоящее время оно довольно специфично и отличается в каждом регионе, что отчасти объясняется социально-экономическими особенностями.

⁴³ В 2020 году впервые были организованы чартеры в Хакасию, на Алтай, Байкал, в Мурманск и Калининград.

⁴⁴ В АТОР подвели туристические итоги 2020 года и рассказали о трех сценариях в 2021 г. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html> (дата обращения 16.02.2021).

⁴⁵ В России планируют запустить более 17 чартерных направлений внутри страны в 2021 году. URL: <https://tass.ru/ekonomika/10659727> (дата обращения 16.02.2021).

Стоит отметить, что в регионах отсутствуют структуры, отвечающие конкретно за развитие туристской отрасли, вследствие чего единого подхода к ее стимулированию не наблюдается. Например, из пяти субъектов, образующих Европейский Север России, только в Республике Карелии за развитие туризма как самостоятельного объекта управления отвечает Управление по туризму Республики Карелии.

Результаты межотраслевого моделирования дали возможность обосновать значимость для экономики стимулирования туристского потребления. Рассчитанный эффект от реализации программы туристического кешбэка показал, что объем валового выпуска продукции в целом по экономике увеличился в два раза, вызвав также прирост фонда заработной платы и численности работников. Можно констатировать, что субсидирование программ внутренних поездок в дальнейшем поможет повысить туристическую активность россиян.

С помощью инструментария межотраслевого баланса выявлены имеющиеся диспропорции при стимулировании потребления товаров и услуг населением, вызвавшиеся в доминировании Центрального федерального округа, на который пришлось основная доля полученного экономического эффекта, что диктует необходимость сглаживания пространственной асимметрии в развитии регионов страны.

Активизация предложенных направлений развития туризма способствует росту доходности отрасли, а также, ввиду ее мультипликативного эффекта, экономики в целом.

Таким образом, проведенное нами исследование позволило заключить, что развитие туристической отрасли в России в постковидный период с учетом большого масштаба оказываемой ему государственной поддержки и наличия значительного объема сформировавшегося отложенного спроса россиян⁴⁶ на туристические услуги может стать одним из драйверов развития экономики и эффективным инструментом восстановления внутреннего потребительского спроса.

В то же время следует отметить, что уточнению масштабов влияния туризма на экономические параметры будет способствовать совершенствование официальной статистической информации, характеризующей отрасль. В частности, в настоящее время отсутствуют данные, отражающие структуру туристских расходов, что ограничивает наше исследование. Кроме того, в России до сих пор не принята официальная методика учета внутренних туристских потоков, а также весьма редко проводятся обследования, направленные на изучение социально-демографических характеристик туристов. Также стоит указать, что требует расчета оценка прямого и косвенного вклада туризма в экономику на региональном уровне. Таким образом, ликвидация статистических пробелов по определению мультипликативного влияния туристской отрасли является актуальной задачей, от решения которой во многом зависят качество принимаемых управленческих решений и выбор направлений развития туризма на основе полученных прогнозов его воздействия на национальную и региональную экономики.

⁴⁶ Более полутора триллионов рублей остались на руках у россиян из-за невозможности выехать за границу на фоне закрытых во время пандемии границ (источник: Поддержка экономики: закрытие границ // Эксперт. 2020. № 1. URL: <https://expert.ru/expert/2021/01/podderzhka-ekonomiki-zakritie-granits>).

2.3. Оценка и прогноз внутреннего туристического потребления

Рост усилий российского государства по развитию отрасли, предпринимаемых в последнее время, требует оценки параметров динамики ее функционирования и их уточнения. Стоит отметить, что официальная методология расчета валовой добавленной стоимости (ВДС) туристической индустрии в разрезе страны и регионов, ее доли в ВВП и ВРП, утвержденная Росстатом в 2022 году, не учитывает весь объем выпуска товаров и услуг туризма. Показатель представляет собой разницу между его стоимостью и промежуточным потреблением и рассчитывается по совокупности производственных единиц, отнесенных к группировке «Туризм» классификатора ОКВЭД-2⁴⁷. По оценкам экспертов⁴⁸, в нее помимо видов экономической деятельности (ВЭД), непосредственно относящихся к туризму (гостиницы, турагентства, музеи и т.п.), включены и те ВЭД, товары и услуги которых потребляются не только туристами, что приводит к завышению показателей, а также влияет на качество управления отраслью.

Как было отмечено ранее, в мировой практике одним из инструментов, позволяющих оценить влияние отрасли на экономические показатели, является сателлитный (или вспомогательный) счет туризма, который увязан с системой национальных счетов⁴⁹. Основой для данных ССТ являются результаты обследований домашних хозяйств, туристических организаций, туристов. В настоящее время ССТ на регулярной основе составляются в Канаде, США, Испании, Нидерландах и других государствах.

Расчет объема конечного выпуска туризма, генерируемого внутренним потреблением, основан на инструментарии, предложенном в параграфе 1.4 и расширенном путем уточнения статистических данных. Прогноз роста его объема осуществлен на основе использования межотраслевой модели российской экономики.

Результаты апробации предложенного методического подхода к определению объема туристического выпуска в экономике РФ

Основываясь на предложенном подходе, определим динамику туристического выпуска в стране в 2009–2020 гг. (рис. 2.15).

Как следует из результатов расчетов, за 2009–2019 гг. показатель вырос в сопоставимых ценах в 2,1 раза, что свидетельствует об увеличении вклада предприятий туризма в валовой выпуск страны. За анализируемый период двукратный рост индикатора отмечен на отрезке с 2015 по 2019 год, что, вероятно, связано с популярностью отдыха внутри страны, обусловленной, в том числе, включением в состав РФ в 2014 году Республики Крым – центра пляжного отдыха, а также закрытием в 2015 году въезда туристам в Египет и Турцию – массовые зарубежные направления.

⁴⁷ URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met%2036_25.01.2022.pdf (дата обращения 12.09.2022).

⁴⁸ Точка зрения: статистике туризма в России по-прежнему суждено быть «дублой». URL: <https://www.tourdom.ru/news/tochka-zreniya-statistike-turizma-v-rossii-po-prezhnemu-suzhdeno-byt-dutoy.html> (дата обращения 12.09.2022).

⁴⁹ Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год / Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2010. 145 с.

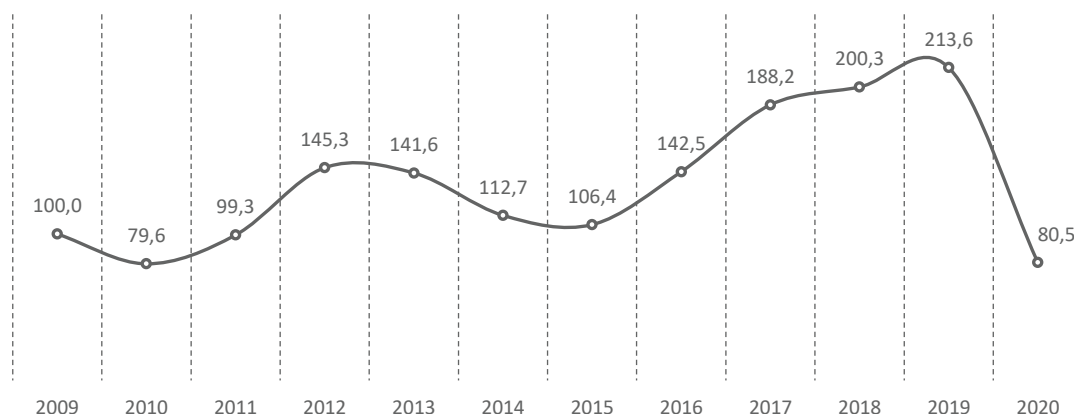


Рис. 2.15. Динамика объема выпуска внутреннего туризма в Российской Федерации, % к уровню 2009 года

Источник: рассчитано авторами.

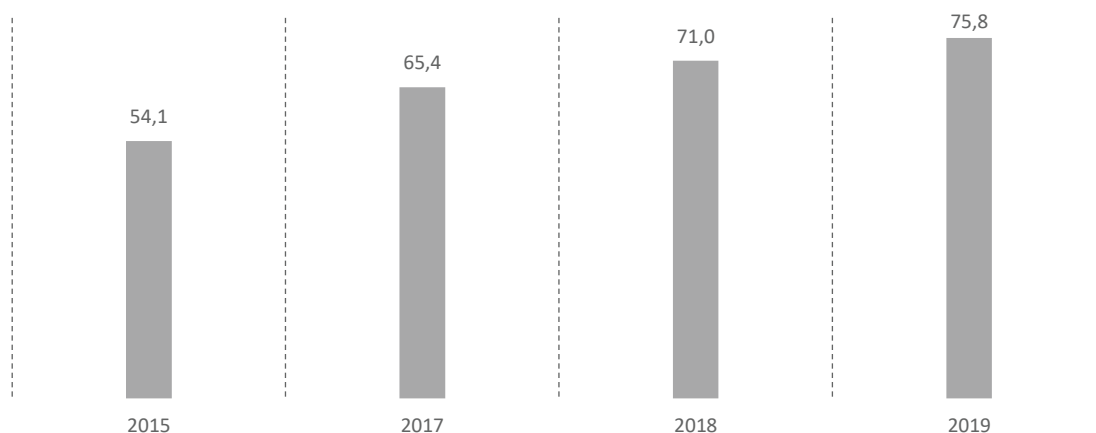


Рис. 2.16. Динамика числа пассажиров, перевезенных на внутренних авиалиниях РФ, тыс. чел.

Источник: данные ЕМИСС.

Это подтверждается статистическими данными, характеризующими спрос на услуги туристической и транспортной инфраструктуры. Согласно им, на указанном отрезке отмечен рост численности пассажиров на внутренних авиалиниях в 1,4 раза (рис. 2.16).

Увеличение интереса к отдыху внутри страны фиксируется и в сегменте речных круизов. Так, по оценке Минтранса России объем речных перевозок в 2022 году вырос на 35% к уровню 2019 и 2021 гг.⁵⁰ По данным Ростуризма, поток круизных туристов, представленных в основном российскими путешественниками, по

⁵⁰ Сидорихина И. «Не нужен нам берег турецкий» // Эксперт. URL: <https://expert.ru/2023/01/25/ne-nuzhen-nam-bereg-turetskiy>



Рис. 2.17. Динамика вклада выпуска внутреннего туризма в экономику страны, %
 Источник: рассчитано авторами.

итогам года составил не менее 700 тыс. чел.⁵¹ В числе факторов популярности у населения речных путешествий в 2022 году эксперты назвали действие программы туристического кешбэка, обусловившей спрос на речные круизы на 25–30%⁵². В целом оборот рынка речных круизов по итогам года увеличился на 30% и составил 25 млрд руб.⁵³

Исходя из результатов анализа тенденций развития туристической отрасли РФ, проведенного в параграфе 2.1, можно констатировать восходящий с 2014 года тренд на внутренние направления и ослабление позиций выездного туризма.

Пандемия коронавируса и связанные с ней ограничения на передвижения людей сильно отразились на показателях отрасли. Ее оборот упал в 2,5 раза (до 1,5 трлн руб.) по итогам 2020 года⁵⁴. Это коррелирует со значениями, полученными в результате проведенных расчетов. Согласно полученным данным, сокращение объема конечного выпуска туризма за 2019–2020 гг. составило 2,6 раза, упав до уровня 2010 года. За анализируемый период наивысшее значение показателя, достигшее 795 млрд руб., отмечено в 2019 году.

Как показали результаты расчетов, доля предприятий туризма в структуре выпуска продукции товаров и услуг невысока и за 2009–2019 гг. выросла незначительно – с 1,1 до 1,6% (рис. 2.17).

⁵¹ Ростуризм: в речные круизы в 2022 году отправятся 700 тыс. туристов. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59671.html>

⁵² Кешбэк на речные круизы тоже может завершиться досрочно. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59350.html>

⁵³ Оборот рынка речных круизов России в 2022 году увеличился на 30% – до 25 млрд рублей. URL: <https://portnews.ru/news/341680>

⁵⁴ Ростуризм оценил потери российского турбизнеса из-за COVID-19 в 1,5 трлн руб. URL: <https://www.interfax.ru/business/716593> (дата обращения 12.09.2022).

**Таблица 2.7. Экономические эффекты двукратного прироста выпуска
в секторе внутреннего туризма**

Вид экономической деятельности	Изменение валового выпуска, %	Изменение валового выпуска, млрд руб.	Суммарный выпуск после прироста, млрд руб.	Изменение спроса на работников, тыс. чел.	Прирост фонда заработной платы, млрд руб.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	100,0	59	3003	27	10
Рыболовство, рыбоводство	101,8	6	369	1	1
Добыча полезных ископаемых	100,4	69	17571	4	4
Обрабатывающие производства конечного спроса	101,1	141	12716	31	14
Обрабатывающие производства инвестиционного спроса (без машиностроения)	100,7	11	1547	3	1
Обрабатывающие производства промежуточного спроса	101,2	235	20419	14	9
Машиностроение	101,0	97	9165	26	20
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	101,8	119	6908	35	19
Строительство	100,5	34	6968	12	6
Оптовая и розничная торговля	102,2	115	5266	126	60
Туризм	215,4	1850	3453	214	173
Гостиницы и рестораны (без туризма)	103,4	25	755	16	5
Транспорт (без туризма)	102,0	237	11830	65	39
Связь (без ИКТ)	100,4	14	3550	3	2
Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ)	103,7	14	402	16	19
Финансовая деятельность	103,4	69	2121	34	43
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (без ИКТ)	102,9	250	8735	137	88
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	110,9	14	147	375	230
Образование	100,3	2	613	15	6
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	100,0	2	2967	2	1
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (без туризма)	101,5	9	573	18	9
В целом по экономике	102,9	3372	119077	1174	760
Источник: рассчитано авторами.					

Однако в выпуске отраслей сферы услуг вклад туристической отрасли более весом – за указанный интервал времени его значение варьировалось от 4 до 4,5%.

Таким образом, проведение расчетов по предложенному инструментарию позволило дать количественную оценку вклада, который туризм непосредственно привносит в национальную экономику.

Реализация нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» предполагает рост числа путешествий по России к 2030 году в 2,1 раза⁵⁵. На основе используемого инструментария были проведены расчеты эффектов для экономики в результате изменения внутреннего туристического потребления в указанных объемах (табл. 2.7).

Как следует из расчетов, прирост валового выпуска составит 2,9%. В частности, в туризме он вырастет в 2,1 раза, госсекторе – на 10,9%, секторе информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), продукты которого активно используются в отрасли [Lee и др., 2021], – на 3,7%, в тесно связанном с туризмом гостиничном хозяйстве и финансовой деятельности из-за аккумуляции финансовых средств внутри страны – на 3,4%. Для обеспечения прогнозируемого объема выпуска может потребоваться дополнительно 1174 тыс. работников и увеличение фонда заработной платы на 760 млрд руб.

Наибольший прирост численности работников от двукратного увеличения выпуска в секторе туризма, кроме него самого, придется на государственный сектор, сферу недвижимости, включающую сдачу внаем многоквартирных зданий, других жилых домов и квартир, эксплуатацию гостиниц, кемпингов и т.п., а также сферу торговли благодаря растущему потребительскому спросу. Существенный прирост фонда заработной платы (на 230 млрд руб.) отмечается в госсекторе.

Результаты проведенного исследования позволили заключить следующее.

1. Выявленный на основе предложенного инструментария с 2014 года устойчивый тренд роста объема конечного выпуска внутреннего туризма в России обусловлен в основном переориентацией россиян на отдых внутри страны вследствие ограничений на их выезд в популярные страны (Турция, Египет), а также ростом цен на зарубежные путевки⁵⁶.

2. Предложенный подход к определению объема выпуска внутреннего туризма в России позволяет учесть долю внутреннего туристического потребления в общем объеме выпуска и рассчитать потенциальный эффект от двукратного роста спроса на туристические поездки в пределах страны.

3. Полученные значения эффектов для экономики от роста внутреннего потребления туристских услуг обуславливают значимость наращивания туристского потока внутри страны.

⁵⁵ Повышение доступности туристических услуг. URL: <https://xn--80aapampemchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/turizm/povyshenie-dostupnosti-turistskikh-uslug> (дата обращения 12.09.2022.)

⁵⁶ Согласно Росстату, цена на зарубежные туры в 2014 году выросла на 41,1% по сравнению с уровнем 2013 года. Индексы потребительских цен на товары и услуги в группировке классификатора индивидуального потребления по целям – КИПЦ. URL: <https://rosstat.gov.ru/price>

4. Апробация предложенного подхода к определению объема выпуска конечной продукции внутреннего туризма показала ограниченность его применения на региональном уровне, поскольку используемые для расчетов показатели отгрузки товаров, работ и услуг в разрезе регионов связаны с местом регистрации организаций, вследствие чего возникают значительные расхождения, не объясняемые логически. Тот же недостаток имеет и рассчитываемая Росстатом валовая добавленная стоимость туристской индустрии в разрезе регионов, методология которой базируется на сведениях форм, предоставляемых предприятиями.

Таким образом, исходя из полученных выводов можно заключить следующее.

1. Стимулирование потребительского спроса на основе услуг внутреннего туризма перспективно для национальной экономики, что выражается в приросте валового выпуска продукции и значений других экономических параметров, однако требует дополнительных мер для наращивания его объема. Представляется, что в настоящее время предпринимаемые усилия по активизации внутренних турпоездов со стороны спроса (кешбэк, субсидирование программ внутренних коммерческих чартерных воздушных перевозок пассажиров) безусловно способствуют росту продаж туров по стране и открытию для туристов новых направлений, но в большей степени выполняют функции поддержки отрасли в кризисные времена, привлекая к путешествиям внутри страны ту часть населения, которая совершала турпоездки и ранее, в том числе и за границу. Это косвенно подтверждают данные социологических опросов, согласно которым программой туристического кешбэка, несмотря на высокий уровень информированности, воспользовались только 2% опрошенных, а доля тех, кто за последние пять лет не выезжал на отдых в другие регионы страны, остается довольно высокой (52%)⁵⁷. В связи с этим целесообразно расширить меры стимулирования турпоездов по стране, направленных в первую очередь на увеличение доли путешествующих внутри страны среди малоимущих групп населения. Так, «разрыв в расходах на отдых между десятой и первой децильными группами составляет 35 раз»⁵⁸, что заметно ограничивает возможности этой части населения в потреблении туруслуг. Для решения такой проблемы требуется существенное снижение уровня дифференциации доходов. При наступлении благоприятных условий для развития выездного туризма возможно сокращение объема потребления туруслуг внутри страны вследствие переориентации более обеспеченной части населения на выездные направления, ранее заменявшие их отдыхом в России.

2. Перспективным является продолжение политики по субсидированию туристических поездок внутри страны в отношении отдельных категорий населения, в том числе и на региональном уровне. Так, в 2022 году в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в некоторых субъектах РФ было предусмотрено субсидирование путешествий школьников 5–9 классов по своему

⁵⁷ Лето-2022: путешествуем по России: аналитический обзор ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/leto-2022-puteshestvuem-po-rossii>

⁵⁸ Широков А. А., Потапенко В. В. Парадокс российского потребления // ЭКО. 2020. № 6. С. 8–25. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2020-6-8-25

региону⁵⁹. Интересна инициатива Правительства г. Москвы по субсидированию туров для лиц старшей возрастной категории⁶⁰. Видится, что распространение такого опыта перспективно и в других регионах страны.

3. Необходимо форсированное развитие туристической инфраструктуры в регионах страны для перераспределения внутреннего турпотока, поскольку в настоящее время основной спрос приходится на г. Москву, г. Санкт-Петербург и курорты Краснодарского края и Крыма⁶¹. Согласно исследованиям аналитиков, основанным на анализе обезличенных данных карточных транзакций, в регионах России весьма велик потенциал для наращивания турпотока. Так, выделяется группа территорий с эффектом «высокой базы», в которых отмечен высокий темп прироста турпотока⁶².

4. Проведенное исследование показало важность совершенствования статистической информации, характеризующей развитие внутреннего туризма, особенно на региональном уровне. Нуждаются в пересмотре показатели, используемые для оценки вклада отрасли в экономику, поскольку они не учитывают долю внутреннего туристского потребления. В связи с этим возможна адаптация к российским условиям методологии спутникового учета туризма либо проведение масштабных статистических исследований по изучению потребления домашними хозяйствами туристских услуг, уточнению структуры их расходов на туризм, учету внутренних турпотоков, определению объема выпуска продукции, генерируемой внутренним туризмом, без привязки к месту регистрации предприятий. Расширение таких исследований способствует более объективному отражению масштабов туристской активности, что в условиях кризиса может стать основой для выработки эффективных мер поддержки туристского сектора экономики⁶³.

Осуществление указанных направлений позволит увеличить объем реализации туристских услуг, потребляемых внутри страны ее жителями, что будет способствовать росту доходности отрасли и, ввиду ее мультипликативного эффекта, экономики в целом.

2.4. Сценарное моделирование потребления туристских услуг

Отечественными учеными подчеркивается значимость составления сценариев социально-экономического развития и обоснования мер экономической политики, направленных на задействование внутреннего потенциала экономического

⁵⁹ Правительство выделило 500 млн рублей на путешествия школьников по России в 2022 году. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84475>

⁶⁰ Москва приглашает в гости: город будет привлекать туристов старшего поколения. URL: <https://www.mos.ru/news/item/107937073>

⁶¹ Больше половины внутренних туристов в 2022 году приедут в 4 «суперрегиона». URL: <https://www.atorus.ru/node/48469>

⁶² Сбербанк назвал 10 российских регионов – лидеров развития туризма. URL: <http://www.tourbus.ru/news/19129.html>

⁶³ Овчаров А.О. К вопросу о совершенствовании статистического учета туристских поездок в условиях кризиса // Вопросы статистики. 2021. № 2. С. 67–79.

развития [Широв и др., 2022]. Обзор научных публикаций позволил заключить, что прогнозу последствий для российской экономики от управленческих решений, принимаемых в туристской отрасли, не уделено достаточного внимания. Кроме того, отсутствует официальная методология подсчета вклада внутреннего туризма в экономику, что актуализирует наше исследование. В связи с этим важной задачей становится проведение сценарного моделирования и оценка экономических эффектов от изменения объема внутреннего туристского потребления. Решение этой задачи потребовало обобщения теоретических подходов к исследованию особенностей влияния туризма на экономику, выявления динамики развития внутреннего туризма в стране, апробации методического подхода для оценки эффектов и моделирования изменения экономических параметров от стимулирования государством покупки туров внутри страны и разработки предложений по итогам расчетов.

Несмотря на то что в сателлитном счете туризма в объем внутреннего туристского потребления включены не только туристические расходы жителей страны, но и траты нерезидентов, т.е. въездных туристов, в данном исследовании под ним понимается только потребление внутренних туристов, так как въездной туризм в России развит слабо.

Следует отметить, что Росстатом влияние внутреннего туризма на экономику страны отдельно не учтено, что затрудняет проведение оценки экономического эффекта от его развития. Таким образом, актуальной научной проблемой является отсутствие методического инструментария для адекватной оценки объема внутреннего туристического потребления, генерируемого резидентами страны, в экономике и прогнозирования его динамики.

Как позволили заключить анализ и обобщение методических подходов по данной проблематике, объективная оценка его изменения возможна при использовании метода межотраслевого баланса, что потребует разработки авторской методики для решения этой задачи в российских условиях.

Разработка прогнозных сценариев изменения объема внутреннего туристического потребления основана на применении методов статистического анализа с учетом трендов, характеризующих динамику числа внутренних туристских поездок, определяемого по числу россиян, останавливающихся в коллективных средствах размещения.

При осуществлении вариативного прогнозирования были использованы следующие сценарии.

1. Оптимистичный сценарий, основанный на значении целевого показателя национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 140 млн поездок к 2030 году, что выше уровня 2019 года в 2,1 раза. Было определено, что для этого сценария наиболее высоким R^2 обладает экспоненциальная функция тренда.

2. Реалистичный сценарий, реализация которого предполагает сохранение средних темпов прироста показателя на 7,3% за 2010–2021 гг.

3. Пессимистичный сценарий, в основу которого заложены темпы роста со снижением на 3,78% каждый год, продемонстрированные в 2020 году, для учета в моделировании эффектов спада от пандемии коронавирусной инфекции. Изу-

чение кризисных параметров 2020 года позволяет точнее моделировать наихудший сценарий изменения объема внутреннего туристского потребления. В оценке эффекта для экономики от его изменения использован метод межотраслевого баланса, что дает возможность проведения сценарного межотраслевого моделирования. В качестве инструмента прогнозирования использована межотраслевая модель, опирающаяся на основное уравнение межотраслевого баланса.

Расчет объема конечного выпуска туризма, генерируемого внутренним потреблением, базируется на инструментарии, предложенном в параграфе 1.3.

Оценка эффектов от стимулирования внутреннего туристического потребления

Сравнительные результаты прогнозирования объемов внутреннего туристского потребления согласно трем предложенным сценариям представлены на рис. 2.18.

Оптимистичный сценарий учитывает заложенные в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» ориентиры и предполагает увеличение показателя в 2,1 раза от уровня 2019 года, вызванные ростом спроса на путешествия в связи с реализацией инфраструктурных проектов, увеличением доходов граждан, улучшением транспортной доступности туристических маршрутов и т.п.

Реалистичный сценарий основан на том, что частота поездок будет оставаться на уровне, продемонстрированном в 2010–2021 гг. Этот вариант не предполагает активного стимулирования внутреннего туристского потребления. Он отражает медленное развитие туристской индустрии из-за недостаточного внимания к ней органов власти и отсутствие дополнительных финансовых возможностей у населения для роста трат средств на отдых.

Реализация пессимистичного сценария предусматривает тренд к спаду туристической активности, отмеченной в 2020 году. Сценарий иллюстрирует «выживание»

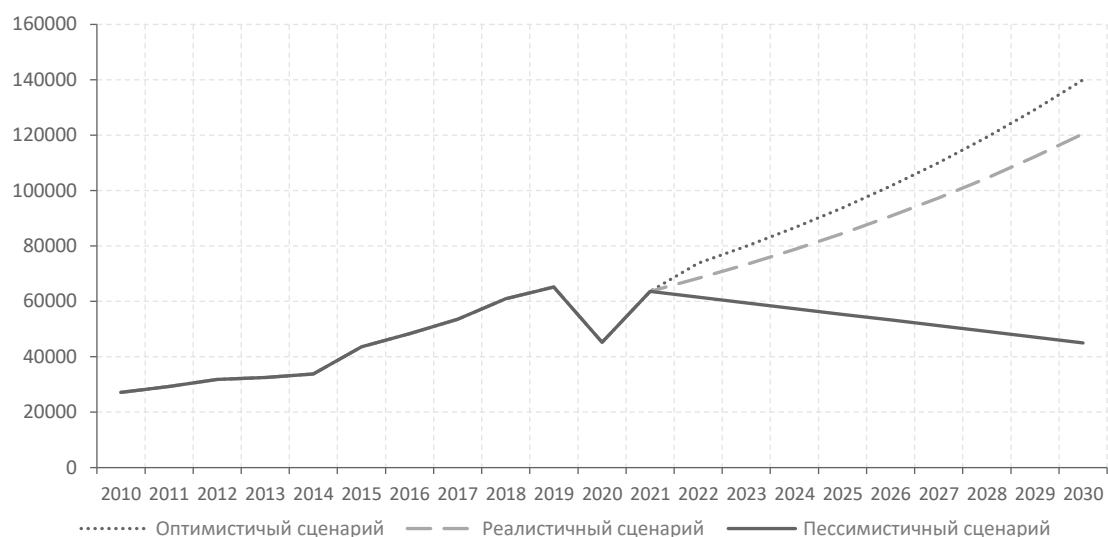


Рис. 2.18. Прогноз числа внутренних туристических поездок на период с 2022 по 2030 год в зависимости от сценария развития, тыс. чел.

Источник: расчеты авторов.

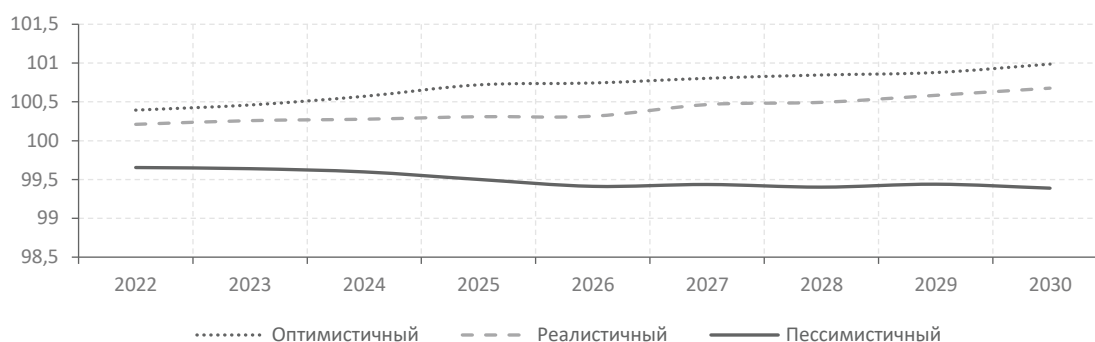


Рис. 2.19. Прогноз темпов изменения объема выпуска в российской экономике в зависимости от изменения объема внутреннего туристского потребления, % к предыдущему году
Источник: расчеты авторов.

отрасли, стагнацию или дальнейший спад доходов россиян, сокращение финансирования туризма вследствие переориентации государства на другие, более значимые проекты.

Использование межотраслевого моделирования позволило рассчитать эффект для экономики страны при реализации трех различных сценариев изменения объема внутреннего туристского потребления (рис. 2.19).

Расчеты, проведенные на основе сформированной межотраслевой модели российской экономики с учетом мультипликативных эффектов, генерируемых туристской отраслью, дали возможность определить значимость стимулирования поездок граждан по стране. При наступлении условий для реализации пессимистичного сценария валовой выпуск продукции будет сокращаться в среднем на 0,5% ежегодно.

В то же время активное развитие туризма в рамках оптимистичного сценария даст экономике дополнительный прирост объема выпуска валовой продукции на 0,7% в год. Это почти вдвое больше, чем при сохранении существующих темпов внутреннего туристического потребления в рамках реалистичного сценария.

Таким образом, использование методологии межотраслевого баланса позволило выполнить сценарное моделирование изменения объема внутреннего туристского потребления и оценить его влияние на российскую экономику. Результаты расчетов доказывают значимость политики по увеличению расходов населения на отдых, обеспечивающей положительную экономическую динамику.

На важность продолжения стимулирования внутреннего туристского потребления указывается представителями туристического бизнеса. Так, по оценкам экспертов, отмена стимулирования программы субсидирования туров по стране приведет к снижению объема турпотока в межсезонье на 10–15%, сильнее всего ударив по Краснодарскому краю и Подмосковию⁶⁴. Согласно данным Ассоциации

⁶⁴ Докатались: туристический и детский кешбэки не вернутся в 2023 году. URL: <https://iz.ru/1470720/anastasiia-platonova/dokatalis-turisticheskii-i-detskii-keshbeki-ne-vernutsia-v-2023-godu>

туроператоров России, в 2023 году рост цен на отдых в России составит от 5 до 20%, что вызвано в основном повышением стоимости услуг сектора транспортных перевозок⁶⁵. По результатам социологического исследования компании Ipsos, в 2023 году в общем количестве респондентов, отказывающихся от путешествий, доля тех, кто не планирует поездки именно по причине дороговизны, составила 59% (для сравнения: в 2022 году таких было 47%, а в 2020-м – 37%)⁶⁶. Таким образом, вклад внутреннего туристического потребления в экономику страны в ближайшей перспективе может уменьшиться, поэтому требуется разработка дополнительных мер по поддержке спроса на туры по стране.

Результаты проведенного исследования позволили сделать следующие выводы.

1. Полученные значения эффектов для экономики от роста внутреннего потребления туристических услуг обуславливают значимость наращивания туристического потока внутри страны.

2. Перспективным является продолжение политики по субсидированию туристических поездок внутри страны, обеспечивающей рост внутреннего туристского потребления.

3. Для достижения двукратного роста туристических поездок по стране к 2030 году требуются значительные усилия государства, направленные на стимулирование внутреннего туризма. Анализ показал, что больше половины населения на протяжении последних лет не совершали поездок в пределах страны по причине отсутствия средств на эти цели. Представляется, что в настоящее время предпринимаемые усилия по активизации внутренних турпоездок со стороны спроса (кешбэк, субсидирование программ внутренних коммерческих чартерных воздушных перевозок пассажиров) хотя и способствуют росту продаж туров по стране и открытию для туристов новых направлений, но в большей степени выполняют функции по поддержке отрасли в кризисные времена. Они привлекают к путешествиям внутри страны ту часть населения, которая совершала турпоездки и ранее, в том числе и за границу. В связи с этим целесообразно расширить меры стимулирования турпоездок по стране, направленных прежде всего на увеличение доли путешествующих среди малоодоходных групп населения. Так, «разрыв в расходах на отдых между десятой и первой децильными группами составляет 35 раз» [Широв, Потапенко, 2020], что заметно ограничивает возможности этой части населения в потреблении туристических услуг. Поэтому требуется существенное снижение уровня дифференциации доходов. Однако при наступлении благоприятных условий для развития выездного туризма вероятно сокращение объема потребления туристических услуг внутри страны вследствие переориентации более обеспеченной части населения на выездные направления, ранее заменявшиеся отдыхом в России.

Требуется также пересмотр методики подсчета объема внутреннего турпотока, который в настоящее время характеризует частоту пользования россиянами

⁶⁵ АТОР: россияне в 2023 году стали больше тратить на турпоездки. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/96330>

⁶⁶ Исследование: пляжный отдых как вид туризма в 2023 году наиболее популярен у москвичей. URL: <https://www.atorus.ru/node/51753>

гостиничными услугами. Вне поле зрения остается неорганизованный турпоток, который не учитывается.

В связи с этим возможна адаптация к российским условиям методологии спутникового учета туризма либо проведение масштабных статистических исследований по изучению потребления домашними хозяйствами туристических услуг, уточнению структуры их расходов на туризм, учету внутренних турпотоков, определению объема выпуска продукции, генерируемой внутренним туризмом, без привязки к месту регистрации предприятий. В качестве альтернативных вариантов для анализа туристической активности внутри страны можно использовать «большие данные», отражающие «портрет» туриста на основе транзакций банковских карт либо геоданные сим-карт. В настоящее время такие сервисы уже используются в некоторых российских регионах и положительно себя зарекомендовали, позволяя оценить популярность территорий, количество гостей и траты местных жителей.

Осуществление указанных направлений позволит уточнить объем реализации туристических услуг, потребляемых внутри страны ее жителями, что будет способствовать росту доходности отрасли и ввиду ее мультипликативного эффекта экономики в целом.

Резюме по главе 2

Использование методологии межотраслевого баланса в моделировании и прогнозировании развития туризма в России позволило:

- определить, что субсидирование внутренних поездок по стране стало довольно эффективным механизмом восстановления потребительского спроса для российской экономики в кризисный период, связанный с негативным влиянием пандемии COVID-19;
- рассчитать значение мультипликатора туристских расходов, которое свидетельствует о высоком мультипликативном эффекте отрасли, подтверждая значимость ее стимулирования для российской экономики, в том числе для снижения импортной зависимости;
- оценить эффект для региональных экономик при увеличении потребления россиянами товаров и услуг туристского сектора и дополнительном потреблении в размере туристического кешбэка, что позволило выявить неравномерность распределения прироста выпуска валовой продукции в территориальном разрезе;
- определить экономические эффекты от двукратного увеличения числа поездок по стране, планируемого к 2035 году, что потребует принятия ряда мер по наращиванию туристического потребления внутри страны;
- провести сценарное моделирование и оценить экономические эффекты от изменения объема внутреннего туристского потребления в России в рамках заданных прогнозных сценариев.

3. ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕГИОНАХ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ

3.1. Тенденции потребления населением туристских услуг

Для Российской Федерации характерны сильные диспропорции потребления турпродуктов: основной спрос россиян приходится на несколько направлений. В связи с этим актуализируется потребность в исследовании востребованности населением туристских услуг перспективных с точки зрения развития туризма территорий. К таковым относится Северо-Западный федеральный округ, обладающий высоким туристско-рекреационным потенциалом. Все субъекты макрорегиона⁶⁷ вовлечены в реализацию межрегионального историко-культурного проекта «Серебряное ожерелье России»⁶⁸. Таким образом, интерес представляет выявление тенденций потребления населением туристских услуг Северо-Запада в контексте выполнения целей национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», что и стало целью исследования. Для ее реализации был выполнен анализ спроса на туристские услуги⁶⁹ макрорегиона со стороны жителей страны и СЗФО, определены ограничения и ключевые риски потребления туристских услуг, предложены направления по развитию туризма в исследуемых субъектах.

Раскрытию перспектив развития туризма Северо-Запада России уделено довольно много внимания со стороны российских ученых. Так, С.В. Кондратьева подчеркивает, что одним из ограничений роста турпотока в регион является слабая узнаваемость турпродукта на внутреннем рынке [Кондратьева, 2022]. Она отмечает важность удовлетворения потребностей в отдыхе и туризме местного населения на основе туристских ресурсов региона [Виды туризма и география турпотоков в зеркале пандемии COVID-19, 2022]. В других исследованиях обозначено, что туристский рынок региона находится на стадии развития, которое сдерживается слабой транспортной доступностью [Орлова, 2021], недостатком туристской

⁶⁷ В данном исследовании под термином «макрорегион» понимаются административные границы федеральных округов Российской Федерации.

⁶⁸ На Северо-Запад России поехали больше экскурсионных туристов. URL: <https://www.atorus.ru/node/48021> (дата обращения 01.06.2023).

⁶⁹ Анализ спроса на туристские услуги проведен на основе статистических данных, характеризующих востребованность населением коллективных средств размещения, а также результатов социологических опросов, посвященных предпочтениям россиян в отношении направлений внутреннего туризма.

инфраструктуры, дороговизной туруслуг и сложными климатическими условиями [Яковчук, 2020].

В то же время многими исследователями выявлены привлекательные для туристов точки роста, способствующие притоку туристов в регион. В качестве таковых выступает потенциал гастрономического и этнографического туризма [Поспелова, Кутыева, 2022], создание межрегиональных туристских маршрутов [Кожевников, Секушина, 2021].

Обобщая работы авторов по оценке востребованности туристских ресурсов региона населением, следует отметить, что в основном они базируются на данных официальной статистики, характеризующей состояние инфраструктуры отрасли (средств размещения, турфирм, предприятий общественного питания, транспорта, туристско-информационных центров). Сведения Росстата остаются основным источником информации о развитии туризма, хотя и нуждаются в расширении и детализации [Леонидова, Сидоров, 2019; Овчаров, 2014; Овчаров, 2021]. При этом многими авторами зачастую используются абсолютные показатели, которые не всегда объективно отражают состояние изучаемого объекта. Анализ немногочисленных работ по проблематике туристской отрасли субъектов СЗФО, в которых был использован расчет относительных индикаторов с учетом численности населения, показал, что авторами выводы сформулированы на основании либо неполных данных, характеризующих объекты инфраструктуры туризма [Иванов и др., 2022], либо на узком временном интервале, не включающем оценку состояния туризма в регионе в постпандемийный период [Леонидова, 2022]. Кроме того, зачастую исследования по данной проблематике не включают в себя результаты социологических опросов, что существенно сказывается на достоверности выводов. Поэтому в нашем исследовании учтены вышеотмеченные аспекты, что заметно повышает значимость полученных результатов для формирования дальнейшего вектора развития туризма СЗФО.

Оценка спроса на туристские услуги округа была проведена на основе статистических данных, характеризующих деятельность коллективных средств размещения (КСР), а таких как:

- число россиян, остановившихся в КСР на 1000 жителей территории;
- количество ночевок лиц, останавливающихся в КСР на 1000 жителей территории.

Для выявления ограничений потребления населением туристских услуг макрорегиона были использованы показатели, характеризующие уровень цен на услуги внутреннего туризма и доходов населения, обеспеченность исследуемых субъектов туристской инфраструктурой (число мест в КСР). Данные индикаторы достаточно объективно отражают тенденции, сложившиеся в отношении спроса, и социально-экономическую ситуацию, пригодны для сопоставления во временной динамике. Полученные выводы подкреплены результатами анализа социологических исследований.

Возможности официальной российской статистики в сфере туризма весьма ограничены. Объективно оценить объем внутреннего туристского потока затруднительно, так как рассчитываемые Росстатом индикаторы спроса населения на

гостиничную инфраструктуру, в том числе и введенный в 2022 году показатель «внутренний туристский поток по Российской Федерации», основаны на сведениях гостиничных предприятий о числе поездок, а не количестве путешественников. При анализе публикуемой статистической информации стоит учитывать, что она отражает интенсивность туристских поездок, что в целом соответствует международной практике. Это предполагает, что в данном случае один и тот же турист за определенный промежуток времени может совершить несколько поездок с целью отдыха, которые учитываются в итоге. Кроме того, стоит отметить, что в российской статистике не учитываются посетители, которые не останавливаются в месте пребывания на ночевку (экскурсанты), а также путешественники, выбирающие услуги размещения в частном секторе, что является ограничением настоящего исследования. В связи с вышесказанным основным источником информации, характеризующей реальный объем потребления туристских услуг, остаются статистические данные, отражающие деятельность коллективных средств размещения.

Результаты оценки спроса россиян на услуги средств размещения СЗФО

Всего за двадцатилетний период наблюдений в среднем по стране внутренний турпоток увеличился в 3,1 раза, в то время как в СЗФО – в 3,6 раза (рис. 3.1). При этом доля макрорегиона в общем внутреннем турпоточе в среднем не превышала уровень 2009 года – 13,9%.

В абсолютных значениях по итогам 2022 года, как и двумя годами ранее, лидером в стране стал Центральный федеральный округ, в гостиницах которого разместилось 20 млн чел., что составило 28% от всего внутреннего турпоточка в стране (рис. 3.2). Гостиничный сектор Северо-Запада в 2022 году принял вдвое меньше постояльцев, чем ЦФО. В то же время по сравнению с уровнем предшествующего года показатель продемонстрировал положительную динамику, увеличившись на 10,3%.

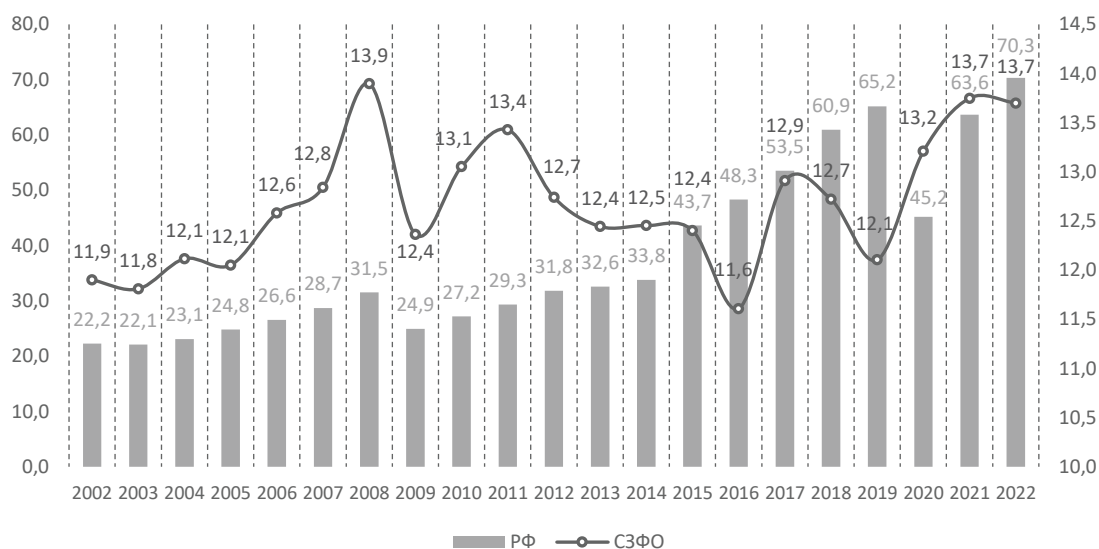


Рис. 3.1. Динамика численности россиян, размещенных в коллективных средствах размещения (млн чел.) и доля туристского потока СЗФО, %

Источник: ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>

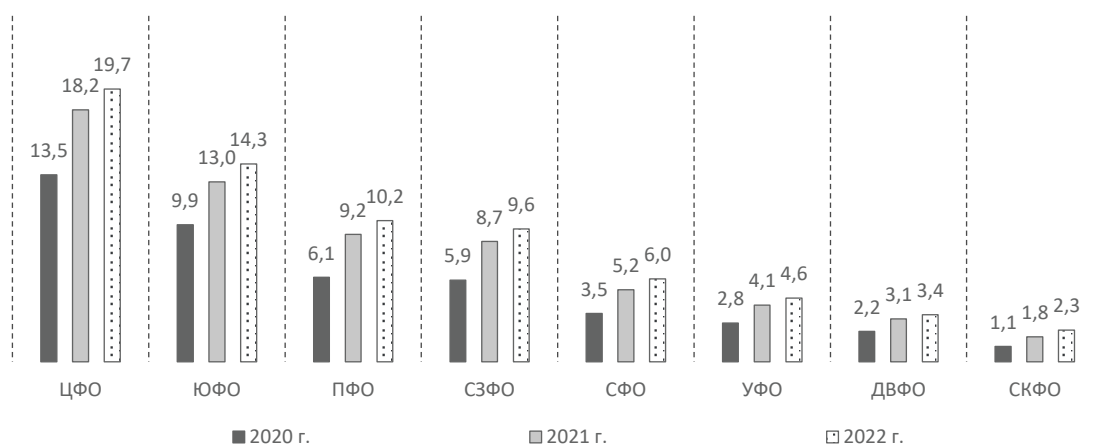


Рис. 3.2. Динамика объема внутреннего турпотока в РФ в разрезе федеральных округов в 2020–2022 гг., млн чел.

Источник: ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>

Таблица 3.1. Динамика численности россиян, размещенных в коллективных средствах размещения, в разрезе субъектов СЗФО в 2020–2022 гг.

Территория	% к предыдущему году			Ранг* в 2022 году
	2020 год	2021 год	2022 год	
РФ	69,4	140,7	110,5	-
СЗФО	75,7	146,5	110,1	7
Вологодская область	59,7	131,7	125,3	10
Псковская область	64,3	144,3	124,4	12
Новгородская область	80,8	130,8	121,1	22
Ненецкий автономный округ	65,1	140,3	116,1	33
Санкт-Петербург	72,4	151,8	114,4	40
Архангельская область	58,1	168,1	106,0	59
Республика Карелия	87,6	146,4	105,8	61
Ленинградская область	89,7	129,8	103,3	66
Мурманская область	85,8	148,4	103,0	68
Республика Коми	62,1	135,2	96,8	76
Калининградская область	92,7	159,3	91,1	79

* Ранг соответствующего региона и федерального округа по динамике показателя в 2022 году среди 85 субъектов Федерации (без учета Донецкой и Луганской народных республик, Запорожской и Херсонской областей) и 8 федеральных округов.
Источник: составлено на основе данных Росстата.

Несмотря на небольшой прирост туристской активности в СЗФО в постпандемный период, по динамике числа внутренних туристов округ по итогам 2022 года занял лишь 7 место среди всех макрорегионов страны (табл. 3.1).

По данным Росстата, лучшее значение показателя в стране в 2022 году зафиксировано в Северо-Кавказском федеральном округе (+25%), во многом обуслов-

ленное продолжающимся с 2020 г. спросом туристов на турпоездки в Республику Дагестан (+73,5%), которая приобрела в период пандемии большую известность благодаря продвижению в социальных сетях⁷⁰.

Основной вклад в динамику роста внесли Вологодская (+25,3%), Псковская (+24,4%) и Новгородская (+21,1%) области, что свидетельствует об интересе туристов к этим регионам. По итогам 2022 года в гостиницах и прочих коллективных средствах Вологодской области было размещено 461 тыс. чел. В Псковской и Новгородской областях показатель составил 448 и 391 тыс. чел. соответственно. Вологодские власти связывают такой успех с улучшившейся транспортной доступностью главной зимней точки притяжения туристов – вотчины Деда Мороза в Великом Устюге, в котором перед Новым годом открыли обновленный аэропорт, запустили из Москвы специализированные турпоезда («Мороз–экспресс») и впервые после пандемии возобновили автобусные туры⁷¹. В Псковской области рост туристской активности объясняется популярностью региона среди туристов, прежде всего из Москвы и Санкт-Петербурга, в новогодние праздники, а также интересом к культурно-познавательному туризму, что ощутили на себе музеи региона, принявшие около 2 млн туристов, что почти на 50% больше, чем в 2021 году⁷².

Спад отмечен в Республике Коми и Калининградской области (на 3,2 и 8,9% соответственно). Снижение туристской привлекательности Калининградской области по итогам 2022 года в большей степени обусловлено ухудшением геополитической обстановки и негативным информационным фоном, повлиявшим на настроения туристов: резкий отток людей, большое количество отказов от туров, пришлось именно на конец февраля–начало марта, когда были объявлены СВО и закрытие воздушного коридора над регионом⁷³.

Более объективную оценку потребления туристских услуг населением с учетом пространственного распределения может дать сравнительный анализ в региональном аспекте, для чего рассчитана динамика количества внутренних туристов на 1000 жителей территории (табл. 3.2). Показатель характеризует интенсивность туристских прибытий и рассчитан на временном интервале 2019–2022 гг. для того, чтобы учесть значения допандемийного периода и текущую ситуацию.

Как показал анализ, по итогам 2022 г. лидерами в округе по числу внутренних туристов на 1000 жителей стали Республика Карелия, г. Санкт-Петербург, Псковская, Калининградская, Ленинградская и Новгородская области, показатель в которых выше среднестранового уровня. Примечательно, что в большинстве субъектов Северо-Запада туристская активность восстановилась и даже усилилась, превзойдя значения 2019 года. Особенно заметен рост в Республике Карелии (на 39%), Мурманской (на 35,5%), Калининградской и Новгородской областях (на 31,1%).

⁷⁰ «Толпа людей хлынула»: как соцсети открыли для туризма Дагестан. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/455689-tolpa-ludej-hlynula-kak-socseti-otkryli-dla-turizma-dagestan>

⁷¹ Турпоток в регионы вырос на рекордные 15% // Деловой Петербург. URL: https://www.dp.ru/a/2023/02/06/Ne_privikli_k_rekordam

⁷² В Псковской области подсчитали туристический поток за 2022 год. URL: <https://hotelier.pro/news/item/v-pskovskoy-oblasti-podschitali-turisticheskiy-potok-za-2022-god/>

⁷³ «Ъ»: инвесторы сворачивают турпроекты в Калининградской области // РБК. URL: <https://kaliningrad.rbc.ru/kaliningrad/21/12/2022/63a2f0fd9a7947021b6a445b>

**Таблица 3.2. Динамика численности россиян,
размещенных в коллективных средствах размещения, в разрезе субъектов
СЗФО в 2019–2022 гг. на 1000 чел. населения, чел.**

Территория	2019	2020	2021	2022	2022 к 2021, %	2022 к 2019, %
РФ	444,1	308,2	435,4	483,2	110,0	108,8
СЗФО	564,7	427,2	627,6	693,0	110,4	122,7
Республика Карелия	704,3	620,9	916,6	979,3	106,8	139,0
Мурманская область	352,6	305,4	458,5	477,9	104,2	135,5
Калининградская область	555,1	509,1	806,1	727,9	90,3	131,1
Новгородская область	509,4	414,2	545,4	667,8	122,4	131,1
г. Санкт-Петербург	712,5	514,5	783,2	897,3	114,6	125,9
Псковская область	615,9	398,2	580,2	730,2	125,8	118,6
Ленинградская область	574,9	508,2	653,9	668,6	102,2	116,3
Архангельская область	303,9	177,7	301,4	323,3	107,2	106,4
Ненецкий АО	289,4	187,3	261,1	302,2	115,7	104,4
Вологодская область	400,9	240,7	319,7	404,6	126,5	100,9
Республика Коми	274,8	172,6	235,3	230,5	98,0	83,9
Источник: рассчитано на основе данных Росстата.						

К числу регионов, продемонстрировавших самую слабую динамику показателя (+0,9%), относится Вологодская область. Несмотря на внушительный рывок в 2021–2022 гг. (+26,5%), она лишь едва восстановила допандемийный уровень. К явным аутсайдерам относится Республика Коми, в которой отмечена тенденция спада интереса туристов и низкой востребованности туристских продуктов региона, в котором существует большой потенциал для наращивания турпотока и объема потребления населением туристских услуг за счет расширения туристской инфраструктуры и открытия новых маршрутов.

В абсолютных цифрах по итогам 2022 г. в Республике Карелии останавливалась 591 тыс. туристов (рис. 3.3), в результате чего она стала единственным регионом СЗФО, в котором среднегодовое число туристов превысило численность жителей.

Это свидетельствует о высокой активности туристов, положительно влияющей на экономику данного региона: по сравнению с 2021 годом на 70% вырос объем налоговых поступлений от деятельности организаций, работающих в сфере туризма, составивший 400 млн руб.⁷⁴ В 2022 году Республика Карелия заняла 4 место среди субъектов России по объему привлеченных средств федерального бюджета на развитие инфраструктуры туризма: получена рекордная сумма – около 500 млн руб.⁷⁵

⁷⁴ Число туристов в Карелии в 2022 году вдвое превысило количество местных жителей. URL: <https://stolicaonego.ru/news/chislo-turistov-v-karelii-v-2022-godu-vdvoe-prevysilo-kolichestvo-mestnyh-zhitelej/>

⁷⁵ Турпоток в Карелию в 2022 году составил более 1,3 млн человек // ИНТЕРФАКС СЕВЕРО-ЗАПАД. URL: <https://www.interfax-russia.ru/northwest/main/turpotok-v-kareliyu-v-2022-godu-sostavil-bolee-1-3-mln-chelovek>

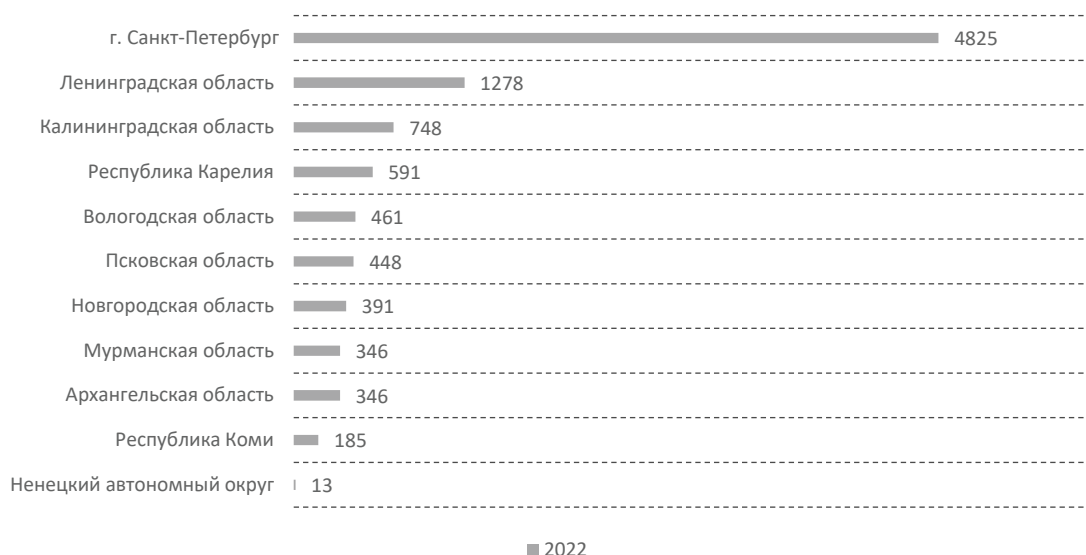


Рис. 3.3. Динамика численности россиян, размещенных в коллективных средствах размещения, в разрезе субъектов СЗФО в 2020–2022 гг., тыс. чел.

Источник: ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>

Таблица 3.3. Динамика числа ночевок в коллективных средствах размещения Северо-Запада в 2019–2022 гг. на 1000 чел. населения, ед.

Территория	2019	2020	2021	2022	2022 к 2021, %	2022 к 2019, %
РФ	1929,6	1305,3	1889,4	2171,1	114,9	112,5
СЗФО	2275,4	1436,5	2144,1	2451,0	114,3	107,7
Калининградская область	2103,3	1824,4	2950,3	3219,7	109,1	153,1
Республика Карелия	1690,6	1440,7	2030,1	2171,4	107,0	128,4
Мурманская область	1342,5	1117,1	1590,7	1676,8	105,4	124,9
Псковская область	1930,6	1096,0	2032,4	2325,6	114,4	120,5
Новгородская область	1855,9	1201,9	1718,4	2118,6	123,3	114,2
г. Санкт-Петербург	2979,5	1646,3	2689,0	3232,4	120,2	108,5
Вологодская область	1221,2	853,4	999,2	1202,7	120,4	98,5
Ненецкий автономный округ	754,2	634,4	741,0	661,2	89,2	87,7
Архангельская область	1381,3	889,7	1131,4	1199,5	106,0	86,8
Ленинградская область	2901,9	1872,9	2382,6	2507,2	105,2	86,4
Республика Коми	1112,0	891,5	997,5	885,7	88,8	79,7

Источник: рассчитано на основе данных Росстата.

О динамике потребления туристских услуг в макрорегионе можно судить по количеству ночевок туристов в средствах размещения на 1000 жителей. За период с 2019 по 2022 год наилучшие значения показателя, превысившие допандемийный уровень, отмечены в Калининградской области (рост на 23,3%), Республике Карелии (+28,4%), Мурманской (+25%), Псковской (+20,5%) и Новгородской областях (+14,2%), г. Санкт-Петербурге (+8,5%; табл. 3.3).

**Таблица 3.4. Динамика цен на услуги внутреннего туризма
в СЗФО в 2019–2022 гг., % к предыдущему году**

Территория	2019	2020	2021	2022
РФ	104,3	101,1	108,8	112,2
СЗФО	106,2	99,7	109,8	111,2
Ненецкий АО	113,5	104,3	101,1	125,7
Калининградская область	105,7	101,7	110,4	118,8
Мурманская область	103,0	97,5	118,2	116,2
Псковская область	104,0	102,4	105,6	113,1
Новгородская область	103,3	104,7	104,9	113,0
Вологодская область	104,5	102,8	109,1	111,8
г. Санкт-Петербург	105,9	98,6	109,9	111,4
Ленинградская область	106,7	101,7	106,6	111,1
Республика Карелия	107,2	101,3	116,0	109,9
Республика Коми	107,7	96,9	109,1	106,9
Архангельская область	106,6	101,8	108,4	104,5
Источник: составлено на основе ЕМИСС.				

По числу ночевок на 1000 жителей достичь докризисного уровня пока не удалось почти половине субъектов округа, а именно Вологодской области, Ненецкому АО, Архангельской, Ленинградской областям и Республике Коми. Это указывает на сокращение времени пребывания туристов в данных регионах, что, соответственно, отразилось и на вкладе предприятий туриндустрии в экономику.

Выявление ограничений потребления населением туристских услуг СЗФО

На объем потребления туристских услуг оказывает влияние уровень цен. В целом по России цены на услуги внутреннего туризма выросли в 2022 г. на 12,2%⁷⁶ к декабрю предыдущего года после повышения на 8,8% годом ранее (табл. 3.4).

В СЗФО показатель увеличился на 11,2%⁷⁷, что также существенно больше подорожания в предыдущем году. Наиболее значимым стал рост цен, опередивший среднестрановой уровень, в Ненецком АО (на 25,7%), Калининградской и Мурманской областях (на 18,8 и 16,2% соответственно).

Отмеченное подорожание в секторе внутреннего туризма накладывает определенные ограничения на востребованность туристских услуг макрорегиона со стороны жителей Северо-Запада, объем потребления которых определяется уровнем их дохода.

Реальные денежные доходы жителей СЗФО в 2022 году сократились на 2,5%, что является худшим результатом среди остальных федеральных округов страны (табл. 3.5).

Лишь в Новгородской области зафиксирован прирост реальных денежных доходов населения (на 1%). Негативная динамика показателя в стране и макрореги-

⁷⁶ При общем уровне инфляции в РФ в 2022 году в 96,7% к декабрю предыдущего года.

⁷⁷ При общем уровне инфляции в РФ в 2022 году в 102,4% к декабрю предыдущего года.

**Таблица 3.5. Динамика реальных денежных
доходов населения СЗФО в 2020–2022 гг.**

Территория	% к предыдущему году			Ранг*, 2022 г.	Территория	Объем на 1 жителя 2022 г., тыс. руб.	Ранг**		
	2020 г.	2021 г.	2022 г.				2020 г.	2021 г.	2022 г.
РФ	98,6	103,8	98,6	-	РФ	45	-	-	-
СЗФО	100,2	105,6	97,5	8	СЗФО	49	2	2	2
1. Новгородская обл.	96,7	103,1	101,0	7	1. Ненецкий авт. округ	96	3	4	4
2. Ленинградская обл.	100,9	105,4	98,7	26	2. Санкт-Петербург	65	9	8	7
3. Ненецкий авт. округ	101,1	99,6	98,5	27	3. Мурманская обл.	57	11	11	11
4. Санкт-Петербург	100,8	109,5	98,4	30	4. Республика Коми	42	17	19	20
5. Псковская область	99,8	103,3	97,5	46	5. Архангельская обл.	42	20	20	22
6. Мурманская обл.	101,0	102,7	96,4	63	6. Ленинградская обл.	41	22	22	24
7. Вологодская обл.	99,9	99,4	96,3	65	7. Республика Карелия	39	25	26	29
8. Республика Карелия	100,9	99,4	96,1	67	8. Вологодская область	35	38	41	40
9. Республика Коми	97,8	98,9	95,1	74	9. Калининградская обл.	34	39	40	46
10. Архангельская обл.	98,3	100,1	94,7	76	10. Новгородская обл.	33	56	56	53
11. Калининградская обл.	99,0	101,4	93,7	81	11. Псковская область	33	55	55	57
* Ранг соответствующего региона и федерального округа по динамике показателя в 2022 году среди 85 субъектов федерации (здесь и далее – без учета Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей) и 8 федеральных округов.									
** Ранг соответствующего региона и федерального округа по объему доходов на 1 жителя среди 85 субъектов федерации и 8 федеральных округов.									
Источник: составлено на основе данных ЕМИСС. Реальные денежные доходы. URL: https://www.fedstat.ru/indicator/31422 .									

она детерминирована влиянием санкционного кризиса 2022 года: на протяжении первых трех кварталов показатель падал в годовом выражении⁷⁸. Резко сократились доходы по сравнению с уровнем предыдущего года у жителей Архангельской и Калининградской областей, занявших по этому показателю 76 и 81 место соответственно.

Подушевые доходы в СЗФО в 2022 г. были выше, чем в среднем по России. По данному показателю округ занял второе место после Центрального федерального округа. Это объясняется высоким значением индикатора в Ненецком автономном округе, обусловленным нефтегазодобывающим и северным статусом региона; в Санкт-Петербурге (один из центров экономической жизни страны, в котором развиты промышленность, торговля, банковский сектор, IT-отрасль, сфера коммуникации и транспорта), в Мурманской области, что связано с действием в ней районных коэффициентов и надбавок к заработной плате из-за особых климатических условий, а также высокой оплатой труда в отраслях, сопряженных с добычей полезных ископаемых и рыболовством. В то же время в подавляющем большинстве субъектов округа среднедушевые доходы населения ниже среднестрановых, особенно в Псковской, Новгородской, Калининградской и Вологодской областях.

Инфраструктурные возможности макрорегиона за последние годы расширяются, что выражается в росте числа номеров в КСР. Так, за 2019–2022 гг. показате-

⁷⁸ Доходы россиян упали на 1% по итогам года // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/08/02/2023/63e3aab79a7947b6ad7f53b9>

Таблица 3.6. Динамика числа мест в средствах размещения СЗФО, ед.

Территория	2019	2020	2021	2022	2022 к 2021, %	2022 к 2019, %
РФ	2495687	2472969	2634447	2760124	104,7	110,6
СЗФО	242189	228684	250333	271755	108,6	112,2
Калининградская область	16982	17768	18714	23339	124,7	137,4
Мурманская область	8139	9029	9684	9953	102,8	122,3
Ненецкий АО	241	174	287	293	102,1	121,6
Новгородская область	9176	9447	9661	11045	114,3	120,4
Республика Карелия	10661	10569	11571	12523	108,2	117,5
Ленинградская область	45317	41203	48279	52152	108,0	115,1
г. Санкт-Петербург	105034	97674	106197	116301	109,5	110,7
Псковская область	10887	11309	10494	11586	110,4	106,4
Вологодская область	14631	13694	14738	15137	102,7	103,5
Архангельская область	13811	11043	13077	13110	100,3	94,9
Республика Коми	7310	6774	7631	6316	82,8	86,4

Источник: составлено на основе данных ЕМИСС.

тель увеличился на 12,2% (табл. 3.6). Позитивная динамика зафиксирована во всех субъектах Северо-Запада, за исключением Архангельской области, которая почти вышла на докризисный уровень, и Республики Коми.

Самый высокий рост отмечен в Калининградской области (+37,4%), Мурманской области (+22,3%), Ненецком АО (+21,6%) и Новгородской области (+20,4%). Существенные темпы наращивания номерного фонда в Калининградской области объясняются активной политикой региональных органов власти по поддержке турбизнеса, а именно субсидированием процентных ставок по кредитам на строительство гостиниц и отелей⁷⁹.

Следует отметить, что основной объем номерного фонда сконцентрирован в г. Санкт-Петербурге, в котором по итогам 2022 г. насчитывалось 116 тыс. мест – практически половина от общего числа мест гостиничных объектов СЗФО. Таким образом, можно сделать вывод о наличии территориальной дифференциации по уровню развития туристской инфраструктуры.

Анализ востребованности турпродуктов СЗФО россиянами

Использование данных социологического опроса, проведенного Фондом общественного мнения в 2022 г., позволило определить, насколько востребованы туристские услуги округа его жителями и жителями других регионов. Как показали его результаты, г. Санкт-Петербург посетили с целью туризма 19% респондентов, а в Республике Карелии, Калининградской области с турпоездкой побывали по 4% опрошенных, на Русском Севере – 3% (рис. 3.4). Таким образом, основной спрос на турпоездки по-прежнему приходится на северную столицу, в которой сконцентрирована туристская и транспортная инфраструктура округа.

⁷⁹ На строительство гостиниц власти региона субсидируют 150 млн рублей. URL: <https://kaliningrad.rbc.ru/kaliningrad/01/12/2020/5fc655719a79472cd42ced53>



Рис. 3.4. Распределение ответов на вопрос «В какие из перечисленных мест в России Вы когда-либо выезжали на отдых?»*, % от числа опрошенных

* Вопрос не задавался тем, кто никогда не выезжал в другие регионы России на отдых, – отвечали 70% респондентов. Карточка, любое число ответов

Источник: Внутренний туризм. ФОМнибус – еженедельный всероссийский поквартирный опрос. 22–24 июля 2022 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL: <https://fom.ru/Kultura-i-dosug/14758>

Однако число россиян, желающих посетить дестинации Северо-Запада, намного больше (рис. 3.5). Так, Санкт-Петербург отметили в качестве привлекательного места для турпоездки 27% респондентов, Республику Карелию – 18%, Калининградскую область – 9%, регионы Русского Севера – 7%. Это позволяет говорить о неиспользованном туристском потенциале макрорегиона и существующем потенциальном спросе туристов, не совершающих путешествия, как следует из социологических опросов ВЦИОМ, главным образом по причине отсутствия на это финансовых средств.

Так, существенно не поменялось число тех россиян, которые остаются в летний отпуск дома: 51% в 2023 году (в 2021 году их доля составляла 52%)⁸⁰. У 38% респондентов из числа тех, кто остается дома, отсутствуют финансовые возможности для совершения поездки. Порядка 65% россиян, прошедших опрос в 2023 г., ответили, что в прошлом году вообще не совершали летом поездок в другие регионы России⁸¹.

Интересна также тенденция роста доли тех респондентов, которые совершают турпоездки дважды в год: за 2021–2023 г. их доля выросла на 4 п.п. и составила 33% в 2023 году. Это позволяет сделать вывод о том, что рост внутреннего туризма

⁸⁰ Летние планы россиян – 2023: запросы, ожидания, направления // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/letnie-plany-rossijan-2023-zaprosy-ozhidaniya-napravleniya> (дата обращения 10.06.2023).

⁸¹ Там же.



Рис. 3.5. Распределение ответов на вопрос «Если говорить о поездках по России, то какие места Вы хотели бы посетить, вне зависимости от того, бывали Вы там ранее или нет?», % от числа опрошенных (любое число ответов)

Источник: Внутренний туризм. ФОМнибус – еженедельный всероссийский поквартирный опрос. 22–24 июля 2022 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL: <https://fom.ru/Kultura-i-dosug/14758>

Таблица 3.7. Распределение ответов на вопрос «А Вы когда-нибудь выезжали в другие регионы России на отдых или никогда не выезжали? И если да, то когда последний раз Вы ездили отдыхать в какой-либо регион России, в том числе в короткие поездки (на несколько дней)?», % от числа опрошенных

Вариант ответа	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДВФО
Менее года назад	28	19	23	10	15	18	17	14
От года до трех лет назад	14	14	21	28	15	22	17	21
От трех до пяти лет назад	9	9	8	9	8	6	5	8
От пяти до десяти лет назад	9	9	8	11	3	5	8	8
Десять лет назад и более	18	21	19	9	16	24	13	21
Никогда	21	27	20	35	43	26	40	28
Затрудняюсь ответить	0	1	2	0	0	0	0	0

Источник: Внутренний туризм. ФОМнибус – еженедельный всероссийский поквартирный опрос. 22–24 июля 2022 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL: <https://fom.ru/Kultura-i-dosug/14758>

в большей степени обусловлен спросом со стороны не новых туристов, а тех, кто путешествовал и ранее, просто стал делать это более регулярно⁸².

Почти треть жителей Северо-Запада (27%) никогда не выезжала на отдых в другие регионы России (табл. 3.7).

⁸² Летние планы россиян — 2023: запросы, ожидания, направления // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/letnie-plany-rossijan-2023-zaprosy-ozhidaniya-napravleniya> (дата обращения 10.06.2023).



Рис. 3.6. Распределение ответов на вопрос «В какие из перечисленных мест в России Вы когда-либо выезжали на отдых?»*, % от числа опрошенных, проживающих в СЗФО

* Вопрос не задавался тем, кто никогда не выезжал в другие регионы

России на отдых, – отвечали 70% респондентов. Карточка, любое число ответов.

Источник: Внутренний туризм. ФОМнибус – еженедельный всероссийский поквартирный опрос. 22–24 июля 2022 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL: <https://fom.ru/Kultura-i-dosug/14758>

А среди тех, кто путешествовал, самым популярным в СЗФО вариантом для поездки был Санкт-Петербург, который посетили 20% респондентов (рис. 3.6). Намного меньше жителей округа побывали в Калининградской области (9%), и на Русском Севере (6%).

Анализ программных документов, определяющих развитие субъектов СЗФО, показал, что стратегии по туризму существуют только в Мурманской и Ленинградской областях. В Архангельской области действует концепция развития туризма. В остальных регионах округа туризм как перспективная для развития отрасль упоминается стратегиях социально-экономического развития регионов.

Таким образом, для повышения эффективности функционирования отрасли необходимо совершенствовать систему стратегического управления в части разработки отдельных стратегий развития туризма на основе соответствующего методического обеспечения.

Проведенное исследование позволило выявить тенденции потребления населением туристских услуг Северо-Западного федерального округа. По его итогам можно сделать следующие выводы:

- выявлен устойчивый тренд роста интереса туристов к регионам Северо-Западного федерального округа;
- спрос со стороны россиян на услуги гостиничного сектора в большинстве субъектов СЗФО достиг уровня 2019 года;

– у жителей страны и СЗФО существует нереализованный спрос на туристские услуги макрорегиона;

– маловостребованным среди дестинаций Северо-Запада остаются регионы Русского Севера (Архангельская, Вологодская, Мурманская области, Республика Коми).

Потребление туристских услуг макрорегиона сдерживается ростом цен на них и низким уровнем дохода его жителей, наличием существенных территориальных диспропорций в отношении обеспечения туристской инфраструктурой.

В связи с этим представляется важным выделение приоритетов, определяющих развитие туризма и стимулирующих потребление туристских услуг СЗФО в ближайшей перспективе.

1. Развитие перспективных видов туризма

Богатый культурно-исторический и природный потенциал субъектов СЗФО позволяет организовывать различные виды туристской деятельности: культурно-познавательный, горнолыжный, экологический, этнографический, сельский, событийный, деловой, рыболовный, охотничий, активный, религиозный, лечебно-оздоровительный, круизный, арктический.

В последнее время российским регионам со стороны государства оказывается существенная поддержка в отношении тех видов туризма, развитие которых способно генерировать туристский поток, реализовать имеющийся туристско-рекреационный потенциал, снизить сезонность и соответствует запросам современных туристов.

Одним из таковых является промышленный туризм, предполагающий посещение туристами объектов производства. В России этот вид в последнее время весьма динамично развивается. С 2019 года его комплексным развитием занимается Агентство стратегических инициатив, специалистами которого создана методология по организации промышленного туризма в регионах РФ и сформированы пошаговые инструкции по ее внедрению. В 2021–2022 гг. участниками программы стали Архангельская, Мурманская, Псковская области, Республика Карелия и г. Санкт-Петербург. В результате в этих субъектах СЗФО был определен перечень предприятий для посещения туристами, разработаны экскурсии. В 2023 г. лидерами по развитию данного направления в макрорегионе стали Республика Карелия и г. Санкт-Петербург, два предприятия (Сегежский целлюлозно-бумажный комбинат и АО «Силовые машины») которых вошли в список лучших организаторов промышленного туризма. Их практики по развитию промышленного туризма перспективны для внедрения и в других субъектах округа.

Другим перспективным направлением, способным обеспечить рост турпотока, является экологический туризм. СЗФО располагает существенным потенциалом для развития: особо охраняемые природные территории, выступающие ресурсом экологического туризма, в Республике Коми занимают 13,1% всей ее территории, что во многом объясняется расположением там крупнейшего природного парка «Югыд ва» – объекта ЮНЕСКО. Основной причиной, сдерживающей развитие этого вида туризма, является неразвитость законодательства. В ближайшей перспективе ожидается принятие законопроекта о туризме на особо охраняемых природных территориях, что значительно увеличит посещаемость региона.

Драйвером развития территорий может стать событийный туризм, которому оказывается значительная финансовая поддержка со стороны федеральных органов власти. Так, на его развитие в 2023 году российским правительством по результатам конкурсного отбора регионам было выделено 638 млн руб. для поддержки и продвижения событийных проектов. Получателями субсидии стали следующие субъекты СЗФО: Архангельская, Псковская, Ленинградская области, г. Санкт-Петербург и Республика Карелия. В то же время остальные территории также располагают высоким потенциалом для развития событийного туризма.

Еще одним перспективным направлением является поддержка в субъектах СЗФО развития автомобильного туризма, который во многих странах мира является катализатором внутреннего турпотока. В 2023 г. Президент РФ В. Путин поручил укорить разработку концепции развития автомобильного туризма в России⁸³. По данным социологических опросов, 83% жителей России имеют опыт таких путешествий, а больше всего автотуристов проживают в Северо-Западном федеральном округе⁸⁴. Один из барьеров, сдерживающих развитие автотуризма в России, – недостаток инфраструктуры, в том числе объектов придорожного сервиса.

2. Адресное субсидирование туристических поездок внутри региона в отношении отдельных категорий граждан (детей, пенсионеров, малообеспеченных семей и т.д.)

В настоящее время российским правительством выделен 1 млрд руб. на реализацию программы бесплатных школьных поездок в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» для 29 российских регионов. Вологодская область является единственным участником программы школьного туризма среди субъектов СЗФО. По итогам 2022 года в рамках проекта в путешествие было отправлено около трех тысяч школьников. В 2023 году планируется увеличить их число вдвое. Перспективно также финансовое стимулирование поездок для пенсионеров.

3. Межрегиональное взаимодействие субъектов СЗФО в сфере туризма

Активизация взаимодействия субъектов макрорегиона в рамках реализации межрегионального историко-культурного проекта «Серебряное ожерелье», объединяющего 11 регионов Северо-Запада России. Несмотря на сформированный за десятилетний период его реализации пул туристских маршрутов, собственно межрегиональных маршрутов создано не так много. В основном в рамках проекта каждый субъект продвигает туры в рамках своего региона, не включая в программу предложения соседей, в результате чего теряется смысл проекта – общее продвижение туристских возможностей территории. Кроме того, нуждается в доработке информационное и маркетинговое обеспечение проекта. Существующий в настоящее время единый ресурс с описанием туристских маршрутов предлагает

⁸³ Перечень поручений по итогам совещания с членами Правительства. URL: <http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/71145>

⁸⁴ Всероссийский опрос проведен Аналитическим центром НАФИ в декабре 2022 года с помощью собственной исследовательской платформы «Тет-о-твет». Опрошены 1600 человек в возрасте от 18 лет и старше. Выборка построена на данных официальной статистики Росстата и репрезентирует население РФ по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта. Статистическая погрешность данных не превышает 3,4%. URL: <https://nafi.ru/analytics/novyuy-trend-avtoputeshestviya-po-rossii-populyarny-u-treti-rossiyan>

только справочно-ознакомительную информацию. Возможность забронировать непосредственно тур отсутствует.

Результаты проведенного исследования позволили констатировать значительный уровень дифференциации развития туризма в субъектах СЗФО. К явным лидерам, на долю которых приходится наибольший объем потребления туристских услуг, можно отнести г. Санкт-Петербург, Республику Карелию, Псковскую, Калининградскую и Ленинградскую области. Для этих регионов характерна неравномерность распределения туристского потока из-за различного уровня развития туристской инфраструктуры и наличия туристских ресурсов, сезонности. Видится, что для них целесообразно диверсифицировать туристское предложение и сделать его более доступным и разнообразным для потребителей.

К регионам СЗФО, в которых уровень потребления туристских услуг мог бы быть выше, относятся Вологодская и Архангельская области, Республика Коми и Ненецкий АО. В этих субъектах необходимо повышать уровень сервиса, развивать туристскую и транспортную инфраструктуру, усиливать информационное продвижение туристских продуктов и повышать уровень межрегионального взаимодействия.

Реализация указанных направлений развития отрасли туризма СЗФО позволит нивелировать выявленные риски спада туристской активности и нарастить объем туристского потребления. Следует отметить, что во многом успешность их реализации зависит от активности региональных органов власти в вопросе привлечения федерального финансирования и создания благоприятных условий для инвесторов.

3.2. Оценка влияния пандемии COVID-19 на туристский сектор Вологодской области

Ключевое значение в российской экономике имеет потребительский спрос, обеспечивающий основной вклад в позитивную динамику валового внутреннего продукта страны за последние годы. Пандемия COVID-19 и связанные с ней карантинные мероприятия оказали существенное воздействие на потребительский спрос и уровень доходов населения России. В значительной мере негативный эффект вследствие ограничений работы предприятий в 2020 году пришелся на сферу платных услуг, объем которой снизился на 17,3% в годовом выражении и составил почти 8,5 трлн руб.⁸⁵ При этом если сопоставимое с уровнем 2020 года сокращение потребления товаров и услуг населением фиксировалось и ранее в российской экономике, то спад в потреблении услуг является беспрецедентным за последние годы. В этом сегменте наиболее сильно пострадали услуги, связанные с организацией туризма и отдыха. Так, по сравнению с 2019 годом существенно сократился объем платных услуг, оказанных населению туристскими организациями (-48%), гостиницами (-65%), санаторно-курортными (-60%) и транспортными (-61%) организациями.

⁸⁵ Данные Росстата.

Очередная кризисная ситуация поставила перед учеными задачу поиска факторов активизации экономической динамики страны и ее регионов, в том числе на основе стимулирования потребительского спроса. По оценкам исследователей, его расширение способно обеспечить рост уровня жизни и платежеспособности населения, что, в свою очередь, положительно скажется на динамике экономического роста России [Ершов и др., 2021]. В исследованиях ученых Института народнохозяйственного прогнозирования РАН подчеркивается, что все возможности активизации экономического роста в посткризисный период сводятся к необходимости мощного краткосрочного стимулирования потребительского спроса, для чего необходимо обеспечить единовременный рост доходов населения⁸⁶. Важным инструментом регулирования внутреннего спроса в экономике является политика в области государственных расходов [Мусаев, Малахов, 2019]. В частности, указывается, что потребление домашних хозяйств стало ключевым элементом ускорения экономической динамики в ближайшей перспективе [Потапенко, Широ, 2021].

При этом возникает вопрос о выборе отраслевых направлений стимулирования, потребление товаров и услуг которых способствует росту экономики регионов. В научных исследованиях в качестве таковых рассматривается жилищное строительство [Беляков, 2015; Кувалин, 2021], сектор машиностроения [Сидоров, 2021], информационно-коммуникационные технологии [Леонидова, Сидоров, 2019], транспорт [Park, Seo, 2016] и другие отрасли. При этом для российской экономики важным моментом является изменение структуры потребления домашних хозяйств в сторону уменьшения доли импорта в потребляемой продукции. Учеными НИУ ВШЭ на основе таблиц «затраты – выпуск» для отраслей экономики были оценены межотраслевые мультипликаторы на национальном и региональном уровнях, с учетом доли импорта и с исключением этой составляющей [Чернявский, Чепель, 2021]. Согласно полученным оценкам, значение мультипликатора, включающего эффекты, связанные с ростом доходов населения при увеличении выпуска продукции без учета импорта, для вида экономической деятельности «Гостиницы и рестораны» выше, чем в строительстве, сельском хозяйстве, транспортном секторе, что позволяет справедливо рассматривать туризм в качестве перспективного направления стимулирования потребительского спроса.

Стоит заметить, что потребление туристских услуг в российских регионах происходит крайне неравномерно, что лишь усиливает уровень внутрирегионального неравенства [Леонидова, 2020]. Так, основными туристическими центрами России являются гг. Москва и Санкт-Петербург, курорты Краснодарского края и Республики Крым, которые не утратили своих позиций и в кризисный период. В то же время туризм как сектор народного хозяйства, создающий спрос на продукцию других отраслей и формирующий мультипликативные эффекты в экономике, перспективен для стимулирования потребления во многих российских регионах, обладающих высоким туристическим потенциалом. К числу таковых относится

⁸⁶ Посткризисное восстановление экономики и основные направления прогноза социально-экономического развития России на период до 2035 года: научный доклад / под ред. А.А. Широ. Москва: Наука, 2020. 152 с.

Вологодская область – субъект СЗФО, в котором туризм является одним из приоритетных направлений развития.

Анализируя работы, посвященные оценке последствий влияния COVID-19 для туристической отрасли России, стоит отметить, что в них подчеркивается важность развития внутреннего туризма, который выступает как «рычаг в запуске новых форм экономического развития во многих регионах» [Кризис..., 2021]. Кроме того, авторами исследуется экономическое состояние индустрии туризма в результате распространения COVID-19 [Лаврова, 2020], предлагаются направления развития туристической индустрии России, позволяющие использовать тенденции цифровой трансформации и формирования индустрии 4.0 [Тимохин и др., 2020].

Таким образом, в научных публикациях слабо отражено влияние пандемии COVID-19 на туристский сектор регионов, что требует дополнительного изучения.

Для анализа потребления туристских услуг в регионе и обоснования путей стимулирования туристического потребления использованы методы сравнения, обобщения, анализа, синтеза. Оценка влияния COVID-19 на экономику региона в результате падения туристского спроса в 2020 году проведена на основе инструментария межотраслевого моделирования.

Для оценки экономического эффекта от падения туристского спроса использована статическая межотраслевая модель региональной экономики, которая опирается на основное уравнение межотраслевого баланса.

Модель содержит включенный в нее вид деятельности «Туризм», отдельно не представленный в российской статистике. Для расчета туристского выпуска и туристской добавленной стоимости по видам деятельности, связанным с туризмом, использован методический инструментарий, описанный в параграфе 1.3, который основан на агрегировании данных, характеризующих отгрузку товаров, выполнение работ и оказание услуг российскими предприятиями.

На базе межотраслевой модели экономики Вологодской области выполнен расчет объема реализации продукции туризма при сокращении выпуска отрасли в 2020 г. Также были оценены эффекты для экономики региона от падения туристского спроса в 2020 году.

Анализ тенденций потребления домашних хозяйств

Согласно данным Росстата, фактическое конечное потребление домашних хозяйств представляет собой сумму их расходов, осуществляемых на территории региона, и социальных трансфертов в натуральной форме, включающих нерыночные индивидуальные услуги здравоохранения, образования, культуры за счет средств государства и некоммерческих организаций.

На рост объема фактического конечного потребления домашних хозяйств РФ за последнее время оказали сильное негативное влияние последствия экономического кризиса 2014–2015 гг. и кризиса, вызванного пандемией коронавируса. Так, за анализируемый период максимально высокие значения показателя были отмечены в 2014 и в 2019 гг., после чего зафиксирован существенный спад (рис. 3.7). В 2020 году показатель уменьшился на 6,7% по сравнению с уровнем предыдущего года.

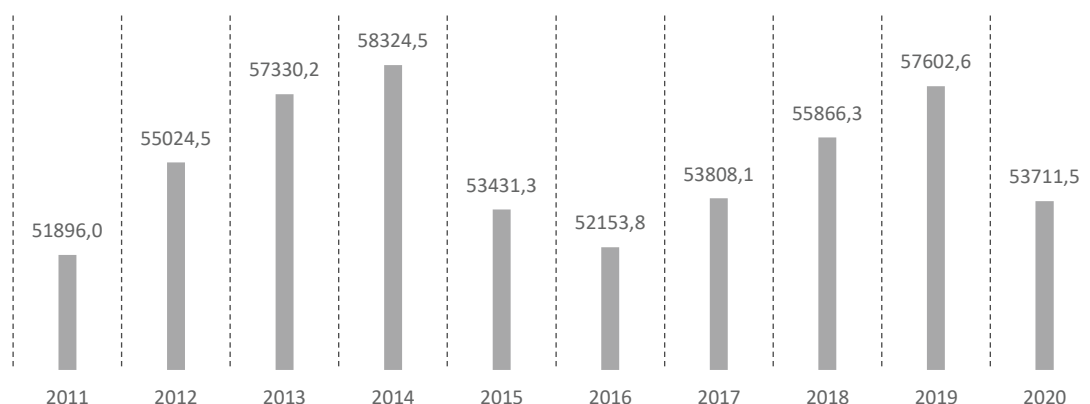


Рис. 3.7. Динамика фактического конечного потребления домашних хозяйств в РФ (в постоянных ценах), млрд руб.

Источник: данные ЕМИСС.

Следовательно, население существенно сокращает свои расходы в периоды экономической нестабильности, а затем начинает наращивать потребление, восстанавливая его до значений докризисного периода.

По мнению экспертов, конечное потребление как индикатор позволяет более объективно оценить влияние проводимой экономической политики на развитие регионов, чем доходы населения, так как непосредственно зависит от структуры их использования, которая дифференцирована в региональном разрезе⁸⁷.

На примере субъектов Северо-Западного федерального округа можно отметить наличие диспропорций в потреблении домохозяйствами товаров и услуг. Так, по объему фактического конечного потребления домашних хозяйств на душу населения в 2019 году Вологодская область в 1,5 раза уступала среднему значению по округу (рис. 3.8).

В целом можно отметить, что потребление домохозяйств, превышающее общероссийский уровень, зафиксировано в г. Санкт-Петербурге, Ненецком автономном округе, Мурманской и Архангельской областях, т.е. регионах с развитым промышленным сектором, от состояния которого во многом зависит их экономика. Таким образом, низкие объемы показателя в большинстве субъектов СЗФО говорят о структурной несбалансированности, что свидетельствует о необходимости проведения политики по повышению уровня доходов населения.

Далее рассмотрим структуру потребительских расходов домашних хозяйств округа. Как следует из рисунка 3.9., по итогам 2020 года в наибольшей степени возросла доля затрат населения на непродовольственные товары (+3,7 п.п.) и на продукты питания (+1,4 п.п.).

Доля расходов на услуги вследствие действия режима ограничений в период пандемии сократилась на 5,2 п.п.

⁸⁷ Михеева Н.Н. Пространственные аспекты разработки экономических прогнозов: научный доклад / под ред. А.А. Широка. Москва: Арт-Принт, 2021. 120 с.

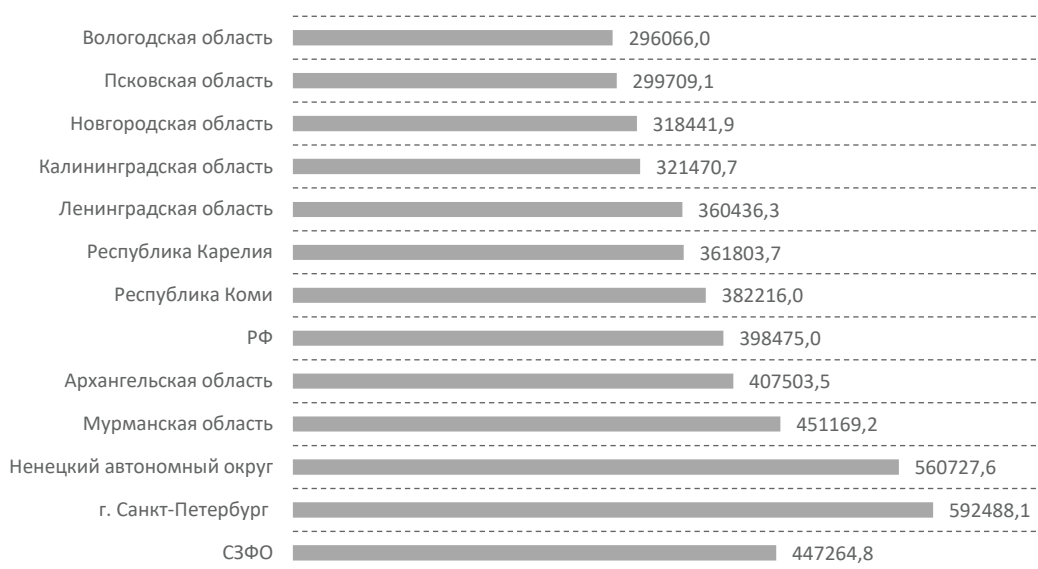


Рис. 3.8. Фактическое конечное потребление домашних хозяйств на душу населения в СЗФО и РФ в 2019 году, руб.

Источник: данные Росстата.

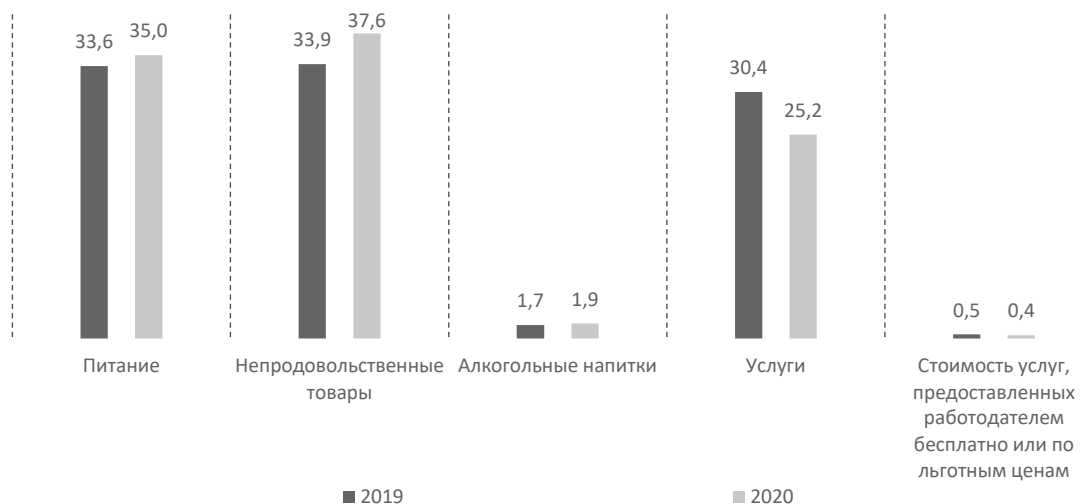


Рис. 3.9. Структура потребительских расходов домашних хозяйств СЗФО, % к итогу

Источник: данные Росстата.

Потребление туристских услуг в регионе

Туристические ресурсы СЗФО привлекательны для россиян. В 2019 году по числу внутренних туристов, останавливающихся в средствах размещения, округ занимал 4-ю позицию среди федеральных округов (табл. 3.8).

При этом за период 2013–2020 гг. макрорегион по динамике роста показателя вышел на 2-е место в стране, пропустив вперед только Южный федеральный округ – признанный туристический центр.

Таблица 3.8. Динамика числа россиян, разместившихся в коллективных средствах размещения, млн чел.

Территория	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 к 2013, %
ЮФО	3,7	4,8	6,8	9,2	10,2	12,2	12,9	9,9	269,5
СЗФО	4,1	4,2	5,4	5,6	6,9	7,7	7,9	6,0	147,4
ЦФО	9,4	9,7	11,9	15,2	16,3	19,2	21,1	13,5	143,6
ДВФО	1,6	1,5	2,0	2,0	2,4	2,9	3,1	2,3	140,8
РФ	32,6	33,8	43,7	48,3	53,5	60,9	65,2	45,2	138,9
СКФО	1,1	1,1	1,3	1,4	1,4	1,6	1,7	1,2	106,0
ПФО	5,9	5,7	6,8	7,2	8,0	8,5	9,2	6,1	104,3
УФО	3,0	2,8	3,1	3,4	3,6	4,0	4,3	2,8	94,1
СФО	3,9	3,5	4,5	4,3	4,8	4,8	5,0	3,5	89,4

Источник: рассчитано по данным Росстата.

Таблица 3.9. Динамика числа россиян, размещающихся в коллективных средствах размещения СЗФО, тыс. чел.

Территория	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2013, %
Ленинградская область	333,5	342,5	585,4	602,9	682,3	984,7	1062,4	318,6
Калининградская область	237,9	317,0	472,3	461,2	480,7	542,6	556,3	233,8
г. Санкт-Петербург	1803,8	1940,1	2123,8	2498,1	3577,0	3897,7	3835,8	212,7
Республика Карелия	227,8	228,0	363,7	379,4	375,7	423,4	435,3	191,0
Вологодская область	293,0	245,1	397,6	374,0	446,3	494,3	468,1	159,8
Псковская область	247,3	241,9	342,1	317,8	346,8	340,8	387,8	156,8
Мурманская область	186,7	177,9	199,6	214,1	266,0	262,0	263,8	141,3
Архангельская область	272,5	267,5	345,2	274,9	264,9	301,7	347,0	127,4
Новгородская область	251,8	271,2	317,7	281,3	279,2	296,4	305,8	121,4
Республика Коми	197,6	178,1	267,7	208,1	193,0	206,0	228,1	115,4

Источник: рассчитано по данным Росстата.

Среди субъектов СЗФО наибольшей востребованностью среди внутренних туристов в допандемийный период пользовались средства размещения в Ленинградской, Калининградской областях, г. Санкт-Петербурге и Республике Карелии (табл. 3.9). Рост значений показателя объясняется высоким туристическим потенциалом этих субъектов, развитостью транспортной и гостиничной инфраструктуры.

Для Вологодской области, как экспортно-ориентированного субъекта СЗФО, экономика которого зависима от деятельности металлургического комплекса, актуальна задача поиска новых источников роста [19; 20], в числе которых региональными органами власти рассматривается туризм. Следует отметить, что Вологодская область с 1998 г. активно и последовательно развивает туристическую отрасль, участвуя в федеральных проектах по созданию туристических кластеров, а также создавая собственные успешные туристические проекты (например, проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза»).

Туристскую деятельность на территории региона в 2020 году осуществляло 131 предприятие. С 2013 года число турфирм выросло на 10% (табл. 3.10). С 2018 г. в структуре турпакетов, реализованных населению туристскими организациями Вологодской области, стали преобладать туры по России, что можно объяснить активным развитием внутреннего туризма в стране, ограничениями на выезд россиян на популярные зарубежные курорты.

Перспективность развития туризма в Вологодской области обусловлена не только наличием уникальных туристских ресурсов и имеющимся у населения спросом на качественный отдых. Помимо прямого эффекта для экономики (увеличение доходов бюджетов через налоги, стимулирование инвестиционной активности, создание рабочих мест) туризм обладает значимым мультипликативным эффектом. Согласно расчетам на основе метода межотраслевого баланса, мультипликатор для ВЭД «Туризм» составляет 1,8, что соответствует самому высокому значению среди всех отраслей сферы услуг (рис. 3.10).

Инструментарий межотраслевого моделирования позволил определить отрасли (поставщиков), спрос на товары и услуги которых увеличится при увеличении туристского выпуска. Как видно из рис. 3.11, рост потребления продукции туристской отрасли в Вологодской области в наибольшей степени стимулирует металлургическое производство, транспортный сектор, торговлю и химическую промышленность – на долю этих отраслей приходится больше половины (56,4%) общего объема потребления туризма.

Таким образом, стимулирование выпуска туристской продукции весьма значимо для экономики региона. Динамика этого показателя за последние годы позитивна: в период с 2017 по 2019 год он увеличился на 35% (рис. 3.12), что свидетельствует о развитии отрасли.

Судя по расчетам, проведенным на основе сформированной межотраслевой модели экономики региона, сокращение выпуска туристской отрасли в 2020 году вызвало значительную убыль основных экономических показателей по всем видам экономической деятельности (табл. 3.11).

В целом по экономике объем валового выпуска продукции снизился более чем на 1,8 млрд руб. При этом спад численности работников составил 1,6 тыс. чел., фонда заработной платы – 763,3 млн руб. В разрезе видов экономической деятельности

Таблица 3.10. Основные показатели деятельности турфирм Вологодской области

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 к 2013, %
Число туристских фирм, ед.	119	129	76	93	116	141	128	131	110
Число реализованных населению туристских пакетов, ед.	40304	38108	29461	24304	21217	31355	33171	11871	29,4
из них гражданам России по территории России, ед.	15109	16540	12879	18773	12865	20541	21706	9275	61,3

* Без учета микропредприятий.

Источник: рассчитано по данным Вологдастата.

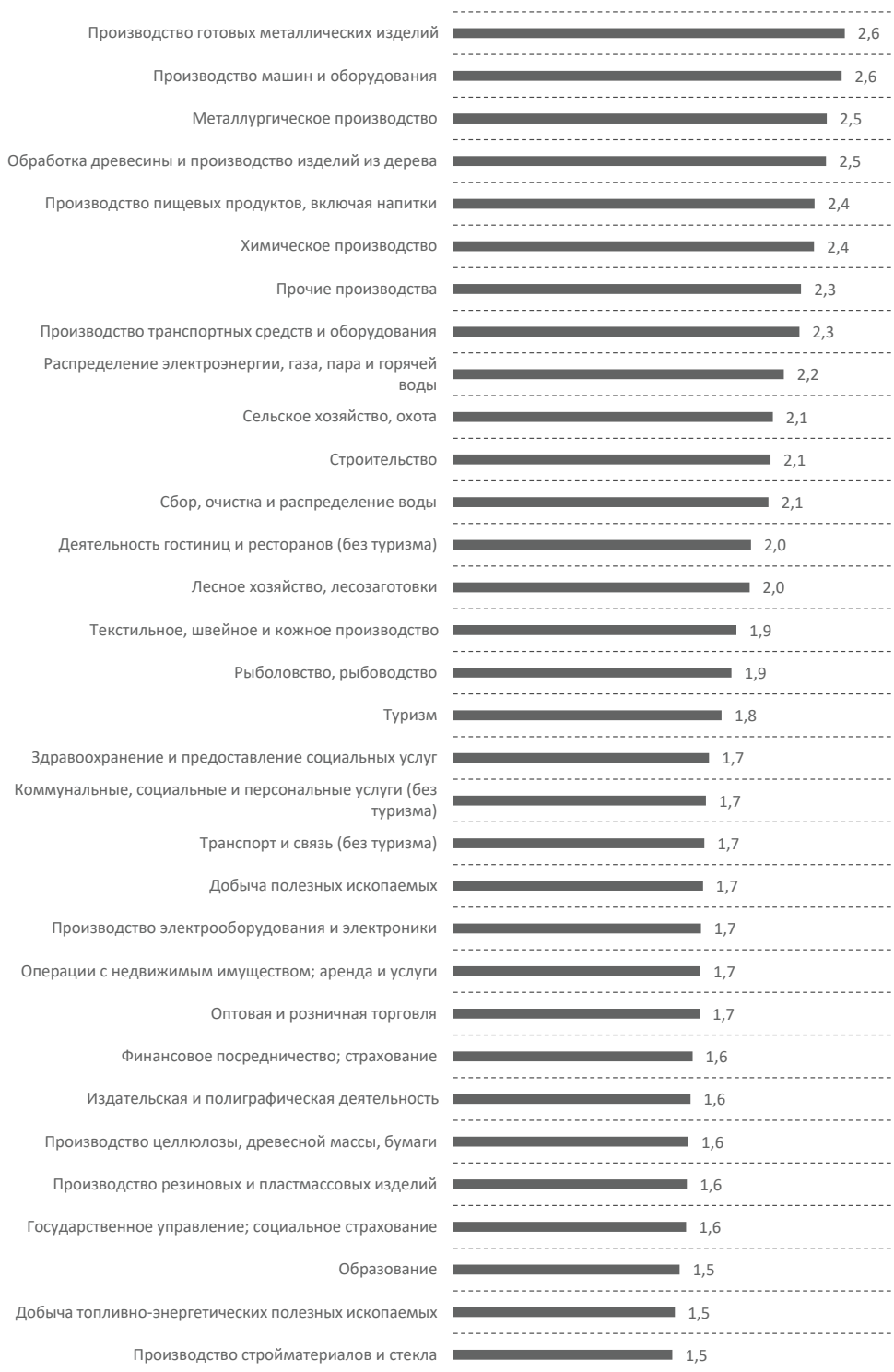


Рис. 3.10. Мультипликаторы для агрегированных отраслей экономики Вологодской области

Источник: составлено на основе таблицы «Затраты – выпуск».



Рис. 3.11. Распределение эффекта от стимулирования туризма между отраслями экономики Вологодской области, % к итогу

Источник: составлено на основе таблицы «Затраты – выпуск».

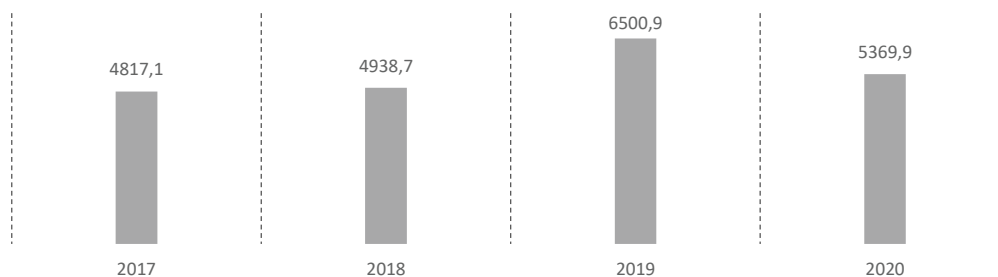


Рис. 3.12. Динамика выпуска продукции туризма в Вологодской области (в ценах 2017 года), млн руб.

Источник: составлено на основе таблицы «Затраты – выпуск».

**Таблица 3.11. Эффекты для экономики Вологодской области от падения
туристского спроса в 2020 году**

Вид экономической деятельности	Изменение валового выпуска, %	Изменение валового выпуска, млн руб.	Изменение численности работников, чел.	Изменение фонда зарботной платы, млн руб.
Сельское хозяйство, охота	-0,2	-40,4	-23	-9,0
Лесное хозяйство, лесозаготовки	0,0	-0,8	0	-0,2
Рыболовство, рыбоводство	-2,4	-4,3	-5	-2,2
Добыча полезных ископаемых	-0,6	-4,0	-2	-1,5
Производство пищевых продуктов, включая напитки	-0,1	-67,6	-12	-4,9
Текстильное, швейное и кожное производство	-0,3	-3,5	-6	-1,1
Обработка древесины и производство изделий из дерева	0,0	-2,2	0	-0,2
Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги	-0,1	-6,0	-0	-0,3
Издательская и полиграфическая деятельность	-0,7	-4,6	3	-1,0
Химическое производство	0,0	-12,7	0	-0,4
Производство резиновых и пластмассовых изделий	-0,3	-8,3	-1	-0,5
Производство стройматериалов и стекла	-0,1	-7,9	-1	-1,0
Металлургическое производство	0,0	-17,0	0	-0,7
Производство готовых металлических изделий	0,0	-7,8	-3	-1,6
Производство машин и оборудования	-0,2	-13,5	-8	-4,7
Производство электрооборудования и электроники	-0,8	-16,2	-5	-3,7
Производство транспортных средств и оборудования	-0,3	-24,2	-18	-7,0
Прочие производства	-0,2	-3,0	-2	-0,6
Распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды	-0,2	-71,5	-23	-12,0
Сбор, очистка и распределение воды	0,0	-2,1	-1	-0,6
Строительство	0,0	-28,6	-7	-4,0
Оптовая и розничная торговля	-0,4	-68,1	-127	-41,2
Туризм	-21,4	-1009,6	-858	-378,2
Деятельность гостиниц и ресторанов (без туризма)	-0,1	-2,3	-2	-0,5
Транспорт и связь (без туризма)	-0,1	-109,7	-51	-29,0
Финансовое посредничество; страхование	-1,8	-40,0	-101	-74,4
Операции с недвижимым имуществом; аренда и услуги	-1,2	-155,9	-97	-31,5
Государственное управление; социальное страхование	-0,8	-6,9	-241	-136,8
Образование	0,0	-1,1	-16	-6,8
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	-1,0	-1	-0,8
Коммунальные, социальные и персональные услуги (без туризма)	0,0	-9,0	-11	-6,7
В целом по экономике	-0,2	-1808,2	-1619	-763,3
Источник: рассчитано на основе межотраслевой модели экономики Вологодской области.				

наибольший негативный эффект от сокращения потребления населением товаров и услуг туризма пришелся, помимо туризма, на сферу недвижимости и транспорт, что объясняется действующей структурой затрат отрасли.

Итак, пандемия COVID-19 снизила эффекты, образуемые туристской отраслью региона. Вместе с тем в ближайшей перспективе возможен рост спроса на потребление товаров и услуг отрасли со стороны населения, что обеспечит межотраслевые эффекты для экономики. В национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» от Вологодской области вошли три крупных инвестиционных проекта, размещенных на территории следующих муниципалитетов: это гг. Вологда и Череповец, а также Белозерский, Великоустюгский, Вытегорский, Кирилловский, Усть-Кубинский и Шекснинский районы:

1) туристско-рекреационный кластер «Русские берега», направленный на развитие водного туризма и модернизацию круизной инфраструктуры;

2) проект «Великий Устюг – сказочная столица России», ориентированный на развитие детского и семейного туризма в регионе;

3) туристско-рекреационный кластер «Резные кружева», нацеленный на сохранение исторического облика г. Вологды.

Суммарная стоимость их реализации оценивается в 21,3 млрд руб. С целью роста потребления туристских услуг среди населения важно создавать комфортные условия для инвесторов, в том числе по развитию транспортной инфраструктуры.

Таким образом, проведенное исследование показало негативное влияние пандемии COVID-19 на конечное потребление домашних хозяйств, в результате чего снизились их расходы на туристские услуги. Инструментарий межотраслевого моделирования позволил оценить эффекты для региональной экономики из-за сокращения спроса туристов на товары и услуги туристской отрасли вследствие пандемии COVID-19 в разрезе таких показателей, как валовой выпуск продукции, численность работников и фонд заработной платы по всем видам экономической деятельности.

Реализация нового национального проекта в сфере туризма, а также вероятное сохранение ограничений на поездки населения за рубеж обуславливают дальнейшее активное развитие в регионе внутреннего туризма. Это требует от региональных органов власти не только обеспечения реализации инфраструктурных проектов в сфере туризма, но и решения насущных проблем, имеющих в отрасли. Так, зачастую отсутствует ясное понимание того, для какой целевой аудитории предназначены те или иные туристские продукты региона. Важно обеспечить четкое позиционирование туристских территорий и целевую аудиторию, на которую рассчитаны туры. В связи с этим целесообразно определение портрета туриста, путешествующего по Вологодской области, в привязке к конкретным туристическим местам. Это возможно на основе исследовательской работы, включающей проведение социологических опросов.

Согласно данным Вологдастата, Вологодскую область посещают в основном жители Санкт-Петербурга и Москвы и их агломераций, а также Архангельска и Ярославля. В то же время путешествия по Вологодской области среди ее жителей не столь распространены. Помимо нехватки средств на путешествия, спрос воло-

гжан на туристские объекты ограничивается слабой транспортной доступностью, а также недостатком качественной инфраструктуры в муниципалитетах региона.

В структуре видов туризма региона до 70% занимает культурно-познавательный туризм, основанный на осмотре и посещении достопримечательностей (памятников архитектуры, музеев). Этот вид туризма рассчитан преимущественно на экскурсантов, которые составляют большую часть туристского потока Вологодской области. Они не останавливаются на ночевку, что сокращает их расходы в месте пребывания. К тому же этот вид туризма не стимулирует повторных посещений туристических объектов. Таким образом, необходима диверсификация туристских продуктов региона на основе имеющегося туристического потенциала с учетом изменяющихся потребностей туристов и уровня их дохода.

Важную роль в росте потребления туристских услуг региона будет играть развитие информационных технологий. Это касается как создания информационных ресурсов, на базе которых можно легко забронировать тур или проживание, так и создания приложений, развития он-лайн сервисов (путеводители, прокат автомобилей, «планировщики» маршрутов и т.п.), предоставляющих разнообразные услуги в сфере туризма.

Кроме того, необходимо осуществлять политику, направленную на повышение уровня доходов населения для стимулирования потребления туристских услуг региона. Целесообразно компенсировать малоимущим группам населения часть затрат на отдых, пересмотреть размера минимальной оплаты труда в сторону его увеличения, повысить размер социальных выплат.

Следует отметить, что совершенствованию оценки влияния роста потребления туристских услуг на экономику региона будут способствовать уточнение структуры затрат туристов, структуры затрат на производство товаров и услуг отраслей в регионе, а также регионализация народнохозяйственных таблиц «затраты – выпуск».

Результаты исследования позволили выявить значимость стимулирования спроса населения на товары и услуги туристской отрасли, оценить эффекты для региональной экономики от сокращения потребления туристских услуг.

3.3. Прогноз экономических эффектов от роста потребления туристских услуг в Вологодской области

Определение влияния изменений, связанных со стимулированием развития сферы туризма, на структурные элементы региональной экономики проведено на примере одного из субъектов, образующих Северо-Западный федеральный округ, – Вологодской области.

Предложенная нами методика оценки влияния этой сферы на развитие региональных социально-экономических систем, основанная на методе межотраслевого баланса, позволяет определить значимость данного фактора для региональной экономики в перспективе [Стратегический ресурс..., 2020].

Прогнозирование изменения объемов региональных социально-экономических параметров, вызываемого ростом спроса на товары и услуги туризма, осо-

бенно важно, поскольку в программных и стратегических документах развития отрасли содержатся целевые показатели, отражающие его динамику в будущем. Возможность увязки эффекта от стимулирования сферы туризма, определяемого на основе метода межотраслевого баланса, помогает получить количественную оценку изменения параметров региональной экономической системы, связанного с динамикой развития данного сектора. Это позволяет обосновать ключевые параметры региональной экономической политики в целом, а также в таких межотраслевых комплексах, как сфера туризма, что повышает объективность принимаемых управленческих решений.

В качестве индикаторов, отражающих влияние активизации отрасли на экономику региона в перспективе, могут быть выбраны прирост валового выпуска, прирост численности работников и их зарплаты [Стратегический ресурс..., 2020].

Расчет изменений показателей развития экономики региона (объем выпуска продукции, количество занятых, размер их оплаты труда) при стимулировании туризма (т.е. при увеличении туристского потребления) произведен по приведенному выше алгоритму (см. §1.3).

Несмотря на свою статичность, предлагаемая нами межотраслевая модель позволяет проводить такие вариантные расчеты в экономике, как расчет объема выпускаемой продукции, числа занятых, величины заработной платы по отдельным ВЭД и в целом по экономике при изменении спроса на товары и услуги какого-либо из видов деятельности.

В то же время с помощью такой модели можно определить, какие изменения произойдут в экономике при изменении спроса на товары и услуги сферы туризма, как вырастет объем выпуска продукции в туристском секторе и в экономике, а также то, на какую величину необходимо изменить число занятых и объем оплаты их труда.

В стратегическом документе Вологодской области⁸⁸ обозначено, что рост числа ее посетителей должен увеличиться к 2030 году в 2 раза по сравнению с уровнем 2015 года и составить 5410,0 тыс. чел. Согласно расчетам, при неизменной структуре расходов посетителей (т.е. при увеличении их потребления в те же 2 раза) это будет способствовать приросту ВРП Вологодской области на 2,26%. Для понижения масштаба: суммарный прирост ВРП закладывается в стратегии на уровне 28,4%. Наибольший эффект от роста туристского потребления будет в общепите и секторе размещения (прирост выпуска на 20,2%), транспортной отрасли (на 14,3%) и коммунальной сфере (на 5,5%).

На основании результатов расчетов определено, что двукратное увеличение потребления товаров и услуг сферы туризма обеспечит в ней также рост численности работников на 47,7%, по всей экономике – на 2,2%. Фонд зарплаты туристских организаций увеличится на 47,7%, а в целом по экономике – на 2,5%.

Прогнозное распределение эффектов внутреннего туристского потребления вследствие его стимулирования по видам экономической деятельности отображено на рис. 3.13.

⁸⁸ О Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 года: пост. Правительства Вологодской области от 17 октября 2016 г. № 920 // КонсультантПлюс.



Рис. 3.13. Прогнозный эффект от двукратного роста потребления туристами товаров и услуг в Вологодской области, %

Источник: рассчитано авторами на основе метода межотраслевого баланса.

В структуре выпуска товаров и услуг в сфере туризма Вологодской области самый заметный вес имеет транспортный сектор (45%), получающий наибольший эффект от развития данной сферы (рис. 3.14).



Рис. 3.14. Распределение эффекта от активизации потребления продукции туристской отрасли Вологодской области по ВЭД, % к итогу

Источник: рассчитано авторами на основе метода межотраслевого баланса.

Достаточно предпочтителен среди путешественников автомобильный транспорт, т.к. автомобиль доставляет их непосредственно в конкретный пункт назначения, почти не зависит от погоды, является относительно экономичным для поездок [Стратегический ресурс..., 2020].

Как видно из рис. 3.7, все виды экономической деятельности испытают его положительное влияние.

В соответствии с методологическими принципами стратегирования, изложенными в работах В.Л. Квинта [Квинт, 2019], определение стратегических направлений развития исследуемой сферы необходимо начинать с изучения технологических, политических, экологических, экономических трендов, определяющих функционирование отрасли, на международном, национальном и региональном уровнях.

Основываясь на аналитических материалах, выполненных экспертами Всемирной туристской организации [World..., 2018], а также работах исследователей по проблемам туризма, к глобальным тенденциям, детерминирующим развитие данного сегмента экономики, следует отнести следующие:

- рост числа международных прибытий;
- усиление новых трендов в потребительском поведении туристов в результате демографических изменений и укоренения более ответственного подхода к путешествиям («путешествия для того, чтобы измениться самому и показать это друзьям»; «стремление к здоровому образу жизни»: различные виды пеших походов, оздоровительный и спортивный туризм; «семейные путешествия нескольких поколений»);
- перераспределение туристских потоков с прогнозируемой сменой традиционных туристских направлений (путешествиям в страны Европы и Северной Америки туристы предпочтут отдых в Азиатско-Тихоокеанском регионе);
- рост выездного туризма в таких странах, как Китай, США и Германия, с соответствующим ростом туристских расходов;
- преобладающая доля поездок на отдых, туры выходного дня и другие формы досуга;
- опережающее развитие воздушного транспорта по сравнению с наземным;
- активный рост количества и развитие транснациональных IT-платформ, связанных с туризмом и путешествиями;
- развитие онлайн-сервисов в сфере туризма и появление новых каналов продвижения турпродуктов (сервисы бронирования и резервирования; онлайн-общение поставщиков турпродуктов и потребителей; развитие мобильных приложений; оффлайн-карты; использование платформ динамического пакетирования и дистрибуции туристских услуг);
- персонализированный подход к организации путешествия;
- рост числа самостоятельного бронирования;
- угроза негативного воздействия туристов на окружающую среду.

Следовательно, рассмотренные глобальные тенденции в секторе туризма и путешествий позволяют заключить, что его развитие в мире будет определяться спросом со стороны международных туристов. При этом перспективы функцио-

нирования туристской сферы связаны с технологическими изменениями в части распространения информационных технологий на всех этапах покупки и продажи туристских услуг. В свете этого при стратегировании туризма в российских регионах открывается возможность расширения рынка сбыта туристских продуктов международным туристам, а также получения конкурентных преимуществ на основе внедрения технологических платформ и соответствия принципам «цифровой экономики».

Закономерности развития российского туристического рынка частично перекликаются с мировыми, однако имеются и специфические отличия. Обобщая результаты экспертных исследований по данному вопросу [Аймалетдинов и др., 2019], можно сказать, что развитие сферы туризма в РФ будет определяться влиянием ключевых тенденций, таких как:

- увеличение доли самостоятельных туристов, не пользующихся услугами турфирм в связи с развитием информационных технологий и ростом количества личных автомобилей;
- сокращение финансовых возможностей для совершения россиянами туристических поездок вследствие снижения их доходов;
- рост числа китайских туристов, посещающих российские регионы;
- развитие событийного туризма;
- увеличение доли расходов на отдых и туризм в структуре расходов домашних хозяйств;
- развитие транспортной инфраструктуры (строительство дорожных развязок и аэропортов);
- рост роли воздушного транспорта в структуре пассажирооборота;
- увеличение количества коллективных средств размещения и объектов общественного питания.

Итак, выявленные тенденции, детерминирующие развитие сферы туризма на национальном уровне, позволяют сделать вывод о том, что российский туристический рынок интересен как внутренним, так и международным туристам, особенно из Китая, чему способствуют активно развивающаяся туристическая инфраструктура, распространение информационных технологий и диверсификация туристского предложения. Вместе с тем при стратегировании отрасли необходимо учесть факторы изменения спроса на туристические услуги, которые вызваны снижением денежных доходов россиян.

К трендам, которые могут оказать влияние на функционирование отрасли, можно отнести следующие:

- развитие государственно-частного партнерства в рамках реализации кластерного подхода;
- развитие межрегионального сотрудничества путем создания и реализации совместных туристических проектов;
- рост интереса международных и российских туристов к арктическому туризму;
- увеличение числа объектов инфраструктуры туризма (коллективных средств размещения и объектов общественного питания);

- диверсификация туристского продукта вследствие повышения интереса туристов к новым туристическим объектам;
- рост конкуренции со стороны туристических продуктов соседних регионов и стран со схожими туристическими ресурсами.

Таким образом, на основе применения авторской методики доказано, что активизация сферы туризма позволит обеспечить в долгосрочной перспективе прирост объема выпуска продукции, увеличение фонда заработной платы, численности занятых и, как следствие, активизацию социально-экономического развития региональных систем. В связи с этим необходимо разработать соответствующие стратегические направления в сфере туризма как внутреннего фактора социально-экономического развития региональной системы Европейского Севера России.

Резюме по главе 3

Исследование особенностей потребления туристских услуг в регионах Северо-Западного федерального округа позволило:

- констатировать значительный уровень дифференциации развития туризма в субъектах СЗФО;
- выявить у жителей страны и СЗФО существующий нереализованный спрос на туристские услуги макрорегиона;
- определить, что потребление туристских услуг макрорегиона сдерживается ростом цен на них и низким уровнем дохода жителей, наличием существенных территориальных диспропорций в отношении обеспечения туристской инфраструктурой;
- оценить эффекты для экономики Вологодской области от сокращения потребления туристских услуг в результате влияния пандемии коронавирусной инфекции;
- выполнить прогноз эффектов для экономики Вологодской области от двукратного увеличения потребления товаров и услуг сферы туризма.

4. ПОВЫШЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ

4.1. Транспортная доступность объектов туристской инфраструктуры Вологодской области: анализ и пространственное моделирование

После пандемии COVID-19 в России отмечено усиление тренда на самостоятельные путешествия⁸⁹. Это обусловило популярность автомобильного туризма, который стал одним из наиболее популярных способов путешествия по России. Согласно опросам общественного мнения, гибкость и свобода передвижения (49%), экономия денежных средств (27%), комфорт (22%) – основные преимущества автотуризма⁹⁰ (табл. 4.1).

Туристы вольны выбирать интересующие их маршруты, составлять собственные, исследовать как городские достопримечательности, так и отдаленные уголки региона.

Развитие автотуризма определило новые потребности в развитии транспортной и придорожной инфраструктуры. Возник спрос на разработку механизмов, которые позволят создать высококачественную инфраструктуру и определить эффективные места для размещения многофункциональных зон (МФЗ) дорожного сервиса и других сопутствующих объектов. В 2023 году Президентом РФ было поручено Правительству разработать концепцию развития автомобильного туризма в России⁹¹, которая должна решить имеющиеся проблемы и повысить уровень транспортной доступности регионов.

В планах ГК «Автодор» озвучено создание на территории России 196 МФЗ, на которых будет возможно воспользоваться зоной отдыха, услугами кафе и магазина, а также автосервиса⁹².

Однако, перед тем как улучшать придорожную инфраструктуру, важно проанализировать транспортную доступность туристских объектов для путешествен-

⁸⁹ Россияне стали чаще планировать путешествия самостоятельно // Аналитический центр НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-stali-chashche-planirovat-puteshestviya-samostoyatelno-en-russians-plan-their-own-trips-by>

⁹⁰ Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy>

⁹¹ В России создадут концепцию развития автомобильного туризма // Объясняем. РФ. URL: https://xn--90aivcdt6dxbc.xn--p1ai/articles/news/v_rossii_sozdadut_kontseptsuyu_razvitiya_avtomobilnogo_turizma

⁹² «Автодор» для развития автотуризма планирует создать в России 196 зон дорожного сервиса // Интерфакс-Туризм. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/100385>

Таблица 4.1. Распределение ответов на вопрос «В чем Вы видите преимущества путешествий на автомобиле перед другими способами путешествий? Назовите несколько преимуществ»*

Вариант ответа	% к числу опрошенных
Свобода передвижения / куда захотели, туда и поехали / возможны остановки / смены маршрута	49
Более экономично/экономно/бюджетно/дешевле	27
Более комфортно/удобно передвигаться	22
Можно путешествовать в любое время / не привязан к расписанию / больше времени	17
Больше можно увидеть / посетить / красота природы	16
Мобильность/доступность (без уточнения)	12
Независимость от каких-либо факторов / ни от кого	11
Едешь с родственниками / друзьями / приятное общение	6
Возможность взять большее количество вещей/багажа	6
Быстрее можно перемещаться/добираться	5
Затруднились ответить	3
Возможность добраться в труднодоступные места	3
Другое	3
Нравится путешествовать на автомобиле	2
Нет / не вижу преимуществ	2
Безопасность	2
Весело/интересно	2
Нет альтернативы / никак не добраться, кроме как на автомобиле	1
Знакомство с новыми людьми	1
Животных можно взять с собой	1
Возможность переночевать в автомобиле	1
Больше возможностей (без уточнения)	1
* Открытый вопрос, до трех ответов, % от числа, кто совершал туристические поездки на автомобиле. Источник: Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy	

ников. Правительством в 2023 году было указано на необходимость развития инфраструктуры и обеспечения транспортной доступности туристских объектов⁹³. В России существует практика развития туризма путем создания национальных туристских маршрутов (НТМ). В то же время, согласно транспортному обслуживанию НТМ, дневной километраж автомобиля не должен превышать 300 километров⁹⁴.

⁹³ Глава государства в режиме видеоконференции провел совещание с членами Правительства // Официальные сетевые ресурсы «Президент России». URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/persons/427/events/71081>

⁹⁴ Техническое задание на создание национальных туристских маршрутов (НТМ) // Ассоциация туроператоров России URL: https://www.atorus.ru/rest_in_russia/expert_council/tehnicheskoe_zadanie

По итогам социологического опроса чаще всего совершают туристские поездки на автомобиле жители Северо-Западного федерального округа⁹⁵, но они выражают недовольство уровнем транспортной доступности придорожной инфраструктуры⁹⁶, что подтверждает актуальность исследования. Вологодская область, входящая в состав округа, является перспективным регионом для развития автотуризма. В связи с этим целью исследования стало определение транспортной доступности объектов туристской индустрии в пределах заданного критерия. Для достижения цели проведен пространственный анализ транспортной доступности объектов туристского интереса в радиусе исследования, выявлены слабо доступные для автотуристов участки.

Зарубежными исследователями [Marrocu, Paci, 2013; Hooper, 2015; Reitsamer, Brunner-Sperdin, 2017; Park et al., 2019] уточнено, что доступность места назначения выступает основным фактором при принятии туристами решения о совершении поездки. В работах [Marrocu, Paci, 2011; Nadad et al., 2012] доказано, что степень доступности существенно влияет на региональный туристический поток и эффективность индустрии туризма в целом. Следовательно, для территории, развивающей туризм, актуализируется проблема измерения доступности для определения ее туристических возможностей и принятия стратегических решений. Стоит отметить, что зарубежные исследователи рассматривают преимущественно транспортную доступность общественного транспорта, что связано с проводимой многими странами экологической повесткой и активным использованием каршеринга [Jeemin, Sugie, 2022; Yu, Leiming, 2022; Ransford, Ernest, 2023]. Рост популярности автомобильного туризма в России актуализирует изучение транспортной доступности туристских объектов для автопутешественников.

Обобщение научных трудов показало, что геоинформационные системы (ГИС) активно используются при анализе транспортной доступности, а к наиболее распространенным критериям оценки как в России, так и за рубежом относятся: расстояние, время, стоимость поездки, густота дорожной сети, влияние погодных условий, загруженность транспортной сети и субъективное восприятие туристов [Волгин и др., 2019; Лавриненко и др., 2019; Павлюк, Алейников, 2019; Ettema et al., 2012; AlKahtani et al., 2015; Tao et al., 2018].

В большинстве трудов анализируется доступность конкретного объекта или участка для путешественников, в то же время важно проводить пространственный анализ в рамках территории регионов или муниципальных образований. Результаты подобного исследования позволят выявить доступный для посещения автотуристами спектр объектов и услуг туристской инфраструктуры. В связи с этим в данной работе предлагается проанализировать транспортную доступность для автопутешественников средств размещения, предприятий общественного питания и объектов туристского показа.

⁹⁵ Новый тренд: автопутешествия по России популярны у трети россиян. URL: <https://nafl.ru/analytics/novyy-trend-avtoputeshestviya-po-rossii-populyarny-u-treti-rossiyan>

⁹⁶ Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy>

В качестве основного метода для проведения исследования использовалось геоинформационное моделирование с помощью программы QGIS. Были поставлены следующие задачи при создании картографических материалов: составить базы данных объектов интереса в исследуемой области; выбрать метод, который будет использоваться для картографирования данных; выполнить гео моделирование. На карте объекты изображены в форме линий и знаков.

Анализ транспортной доступности проводился внутри выбранного радиуса в 300 км, отображенного буферной зоной. В качестве точки отсчета выступает г. Вологда, как административный центр с наибольшей численностью населения (318 112 чел. на 1.01. 2023 года⁹⁷) в Вологодской области. В пределах проектируемой зоны отмечена дорожная сеть со следующими видами автодорог: федеральные, региональные и местные.

Исследуемые объекты представлены пунсонами разных цветов. Их расположение и режим работы уточнялись при помощи сервисов Яндекс и Google Карт, а также информацией, содержащейся в СМИ регионов. К объектам туристского показа относятся: зоопарки, арт-объекты (современные элементы художественной ковки и архитектуры), религиозные объекты, памятники, театры, музеи и памятники архитектуры (усадьбы, дома писателей и поэтов и пр.). К предприятиям общественного питания – кафе, рестораны и заведения быстрого обслуживания. К коллективным средствам размещения (КСР) – hostels, отели, места для кемпинга, мотели и гостевые дома.

Также была проанализирована транспортная доступность объектов придорожного сервиса основных автомобильных дорог, относящихся к трассам федерального и регионального назначения. Они были выделены цветным буфером, длина которого составила 300 километров от г. Вологды в соответствии с масштабом. К объектам придорожного сервиса относятся автозаправочные станции (АЗС) и автосервисы, КСР и предприятия общественного питания. С учетом того что на автомобилях путешествуют также семьи с детьми, было проанализировано оснащение остановочных комплексов детскими площадками.

Об активном развитии туризма в Вологодской области свидетельствует рост в 2022 году туристского потока в два раза от уровня 2021 года (604006 чел.)⁹⁸. Регион входит в кольцевой межрегиональный историко-культурный туристский проект «Серебряное ожерелье России», включающий в себя национальный туристский маршрут «Жемчужины Русского Севера». Он предусматривает посещение г. Вологды и г. Кириллова. Область также известна брендами «Душа русского Севера», «Вологодское масло», «Вологодское кружево» и т.д. Основной туристический поток формируется в двух крупных городах – Вологде и Череповце, на долю которых приходится 45% всех туристов, посещающих регион (рис. 4.1). К территориям, отличающимся высоким показателем турпотока и попадающим в радиус исследования, относятся Вологодский, Кадуйский, Тотемский муниципальные округа и Череповецкий район. Стоит отметить, что приведенные территории являются лидерами преимущественно по причине соседства с городами (Вологда, Череповец,

⁹⁷ Данные Росстата.

⁹⁸ Данные ЕМИСС



Рис. 4.1. Структура туристского потока* Вологодской области в разрезе муниципальных образований (МО) за 2021 год, %

* Под туристским потоком понимается численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, в муниципальных районах и городских округах Вологодской области в 2021 году.

Источник: рассчитано на основе данных Вологдастата.

Тотьма), формирующими большую часть туристского потока. Периферийные территории заметно отстают от лидеров по данному показателю. Одна из причин, ограничивающих в них спрос на туристические услуги, связана с недостаточной транспортной доступностью туристских объектов. Периферийные достопримечательности, как правило проигрывают в конкуренции с городами за потребителя [Briedenhann, Wickens, 2004; Sica, Deflorio, 2023].

Анализируя доступность достопримечательностей в радиусе исследования (232 ед.), следует отметить богатство территории религиозными объектами (31%; рис. 4.2). Близость Кирилловского муниципального округа к г. Вологде способствует повышению транспортной доступности Кирилло-Белозерского монастыря, а также других религиозных святынь, расположенных рядом. Велико количество памятников, посвященных историческим деятелям, писателям или событиям (44%). Вологодская область славится разнообразием памятников архитектуры, в особенности объектами деревянного зодчества, но за пределами гг. Вологды и Череповца их количество незначительное (11%).

На территории 17 муниципалитетов в радиусе 300 км от г. Вологды туристам доступно 65 коллективных средств размещения, среди которых преобладают места для организации кемпинга (53%; рис. 4.3). Это может быть вызвано наличием свободного природного пространства вблизи рек и озер. Однако данные территории нельзя отнести к специально оборудованным местам для кемпинга. Скорее они представлены общеизвестными пляжами и полянами, где есть возможность поставить палатку, поэтому их потенциально может быть больше, чем указано на карте. Среди средств размещения преобладают отели (26%). Уровень их доступности растет по мере приближения к крупным населенным пунктам, таким

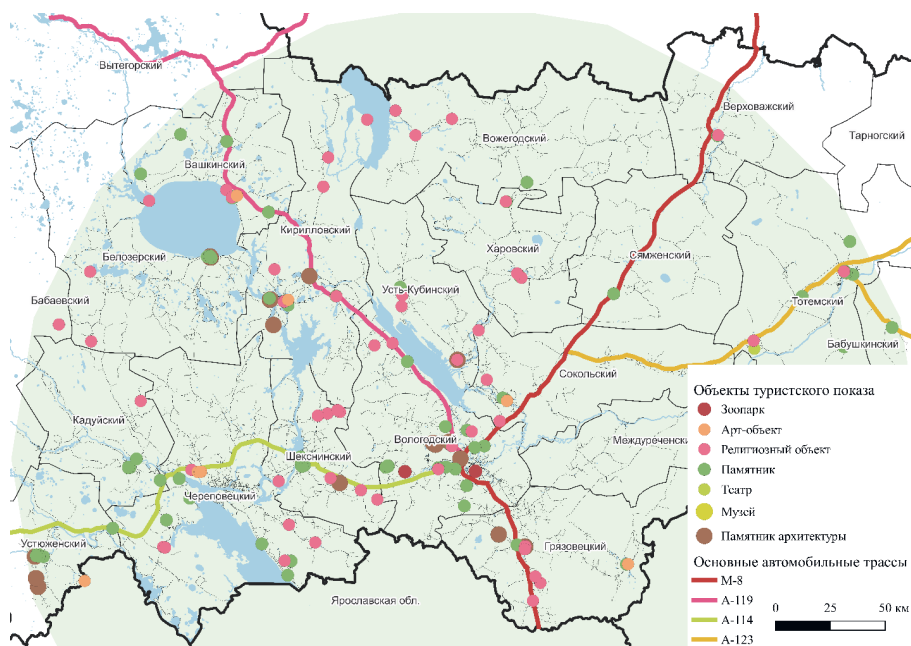


Рис. 4.2. Доступность объектов туристского показа в 300 км от г. Вологды
Источник: составлено авторами.

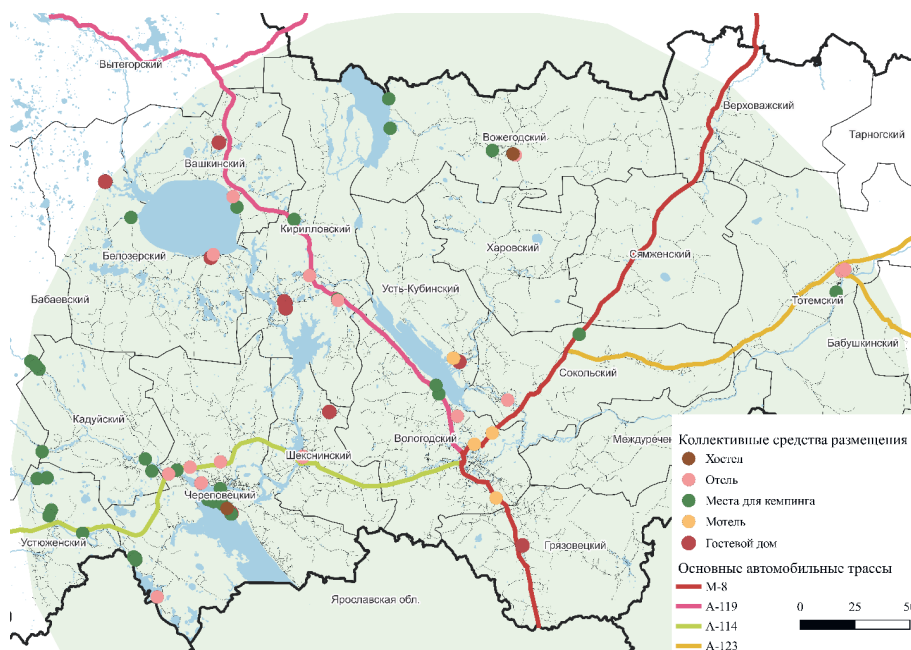


Рис. 4.3. Доступность коллективных средств размещения в 300 км от г. Вологды
Источник: составлено авторами.

как п. Шексна, п. Кадуй, г. Кириллов и прочие. Хостелы и мотели являются мало-распространенными видами КСР, однако также тяготеют к населенным пунктам и автодорогам. Преимущественно средства размещения наиболее доступны в западной части радиуса исследования, в то время как для северной и восточной

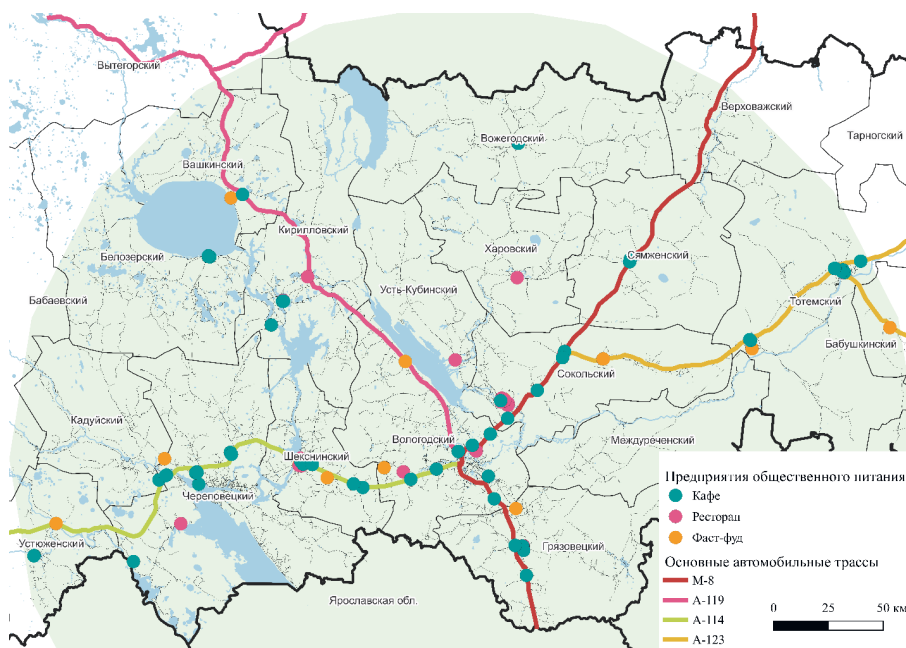


Рис. 4.4. Доступность предприятий питания в 300 км от г. Вологды

Источник: составлено авторами.

характерен их недостаток. Это связано с тем, что западная часть области плане более развита в туристическом, о чем свидетельствует значительное количество КСР в этой части региона.

В пределах 300 км от Вологды путешественникам доступно 93 предприятия общественного питания (рис. 4.4). Их наиболее распространенной формой являются кафе (48%), поскольку данная форма заведения является универсальной и демократичной по стоимости как их содержания, так и обслуживания потребителей. Несмотря на рост посещений точек быстрого питания⁹⁹, число самих этих заведений (20%) меньше, чем кафе и ресторанов. Заметна тенденция расположения мест питания вблизи автотрасс и в местах пересечения транспортных узлов. Стоит отметить, что система общественного питания в периферийных регионах области слабо развита, это подтверждается незначительным количеством подобных объектов, а также наличием заведений, организующих преимущественно банкетные мероприятия, согласно данным СМИ, Google и Яндекс.Карт.

Необходимо подчеркнуть, что все перечисленные объекты преимущественно расположены разрозненно и в большинстве случаев представлены единично в малонаселенных пунктах, характеризующихся удаленностью и низким качеством местных автодорог, в связи с чем уровень их транспортной доступности падает. Вместе с тем наличие в них одного туристского объекта не способно привлечь значительное количество туристов, для этого необходимы более крупные туристские комплексы.

⁹⁹ Фастфуд: от эпохи Макдональдса – во времена «Вкусно и точка» // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/fastfud-ot-ehpokhi-makdonaldsa-vo-vremena-vkusno-i-tochka>

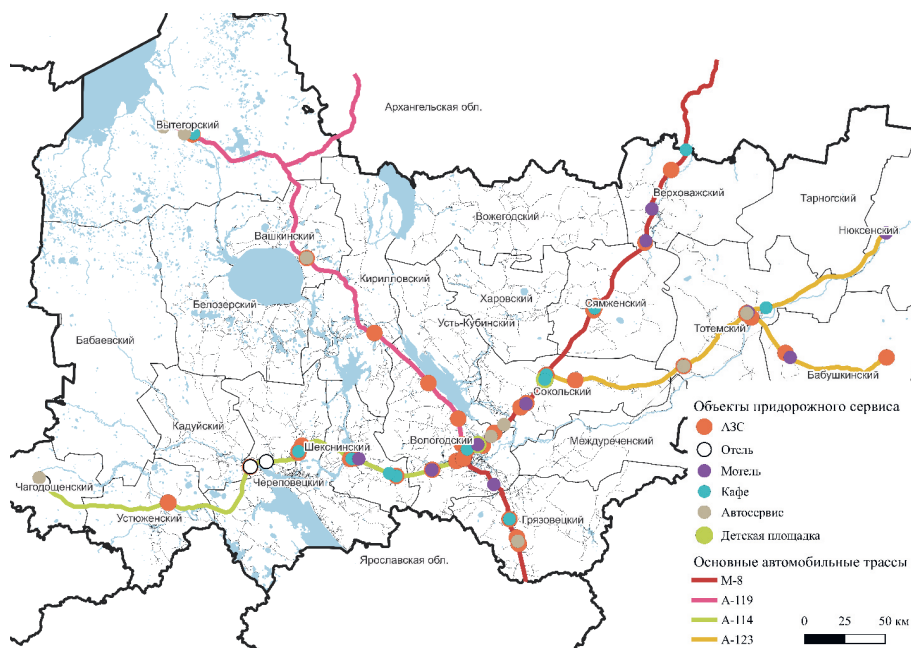


Рис. 4.5. Распространение объектов придорожного сервиса в радиусе 300 км от г. Вологды
Источник: составлено авторами.

Как показал анализ, транспортная доступность КСР, предприятий питания и туристских объектов в пределах большинства муниципалитетов незначительна. Но придорожный характер их размещения в пространстве может поспособствовать развитию промежуточных точек притяжения туристов на основных линиях маршрутов.

Анализ транспортной доступности объектов придорожного сервиса проводился на участках основных автодорог федерального и регионального значения по фиксированной длине в 300 км (рис. 4.5). Безусловно преобладающим элементом в структуре являются АЗС (43%), в особенности в направлении трассы А-114 и по всей трассе М-8 (по 13%). Мотели (12%), преимущественно расположенные на западной и восточной частях маршрутов, намного чаще встречаются по пути следования, чем отели (3%). Доступность и повсеместность moteлей способствует повышению комфорта путешествия, что связано с особенностями предоставляемого им спектра услуг. Наличие кафе в составе комплекса АЗС позволило увеличить их доступность (31%). В длительных автомобильных поездках требуется уделить особое внимание потребностям детей в активном отдыхе и движении для обеспечения им комфорта и возможности развлечься во время перерывов. Согласно результатам социологического опроса ВЦИОМ, 49% семей, путешествующих на автомобиле, совершают поездку с несовершеннолетними детьми¹⁰⁰. В связи с этим важно обеспечивать МФЗ придорожного сервиса местами детского досуга и зонами для обслуживания пассажиров с детьми. Стоит отметить, что данная

¹⁰⁰ Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy>

придорожная инфраструктура Вологодской области является мало доступной для путешествия с детьми. Единственная детская площадка размещена на участке дороги М-8 на пересечении с автотрассой А-123. В случае когда невозможно создать описанный тип инфраструктуры, следует рассмотреть перспективы размещения детской комнаты на территории автозаправочной станции. Поскольку отсутствие подобных комнат может оказать негативное влияние на впечатления от поездки как родителей, так и детей.

К участкам с малой обеспеченностью инфраструктурой придорожного сервиса относится автотрасса А-119. Одним из предложений, относящихся к повышению уровня доступности подобных объектов, является увеличение их количества. Соотнеся результаты моделирования объектов туристской инфраструктуры с имеющимися предприятиями придорожного сервиса, можно отметить вдоль автомаршрутов несколько узловых точек притяжения туристов, к которым относятся города Кириллов, Тотьма и поселок Шексна, что также подтверждается данными статистики туристского потока в муниципальные образования. Обращает на себя внимание незначительная доступность туристских объектов и существенная в сравнении с ранее озвученным показателем доступность объектов придорожного сервиса на участке М-8, ведущем на г. Архангельск. Подобная оснащенность маршрута говорит о его актуальности для автомобилистов, но для автотуристов территория не представляет особого интереса. Вследствие этого, в дальнейшем можно рассматривать данное направление в качестве перспективного участка для создания узловой точки притяжения туристов.

Проведенное исследование включало также анализ распределения в Вологодской области объектов туристской инфраструктуры в пределах 300 км и их транспортной доступности для внутренних туристов. Предлагаемый подход к анализу транспортной доступности позволил наглядно продемонстрировать удаленные и доступные для автотуристов объекты. При использовании интернет-сервисов, таких как Яндекс и Google Карты, была уточнена актуальность функционирования объектов туристской инфраструктуры, данные о которых, как правило, запаздывают либо отсутствуют в официальной статистике. Отсутствие в государственной статистике показателей интенсивности движения туристского потока на автодорогах ограничивало исследование.

В результате пространственного моделирования определены территории региона, для которых характерен незначительный уровень транспортной доступности туристских объектов для автомобилистов. Выявленный придорожный характер расположения большинства объектов туристской инфраструктуры в пространстве может стать стратегическим преимуществом при развитии транспортной и придорожной инфраструктуры. Строительство и развитие придорожного сервиса возможно в рамках поддержки со стороны региональных органов власти. Подобной практикой активно занимается администрация Республики Башкортостан, предоставляющая инвесторам выгодные условия для постройки объектов придорожного сервиса. Премьер-министр России М.В. Мишустин на совещании по вопросу развития туризма и индустрии гостеприимства отмечал, что опыт Башкирии

необходимо масштабировать для устранения дисбаланса в транспортной доступности придорожной инфраструктуры¹⁰¹.

В рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» возможно организовать новые точки туристского притяжения на основе инвестиционных предложений и выделения на их реализацию значительных финансовых средств. Помощь малому бизнесу осуществляется и на региональном уровне. Так, в Вологодской области для стимулирования инвестиционной активности и государственной поддержки инвесторов были разработаны меры по снижению налогового вычета и предоставлению льготных условий по аренде земельных участков, в том числе для развития индустрии развлечений¹⁰². За последние годы в рамках национального проекта «Безопасные и качественные дороги» в Вологодской области было отремонтировано более 400 км дорожного полотна, что служит дополнительным фактором для развития автомобильного туризма в регионе. Позитивным примером взаимодействия бизнеса и органов власти области является создание точки притяжения туристов – центра отдыха и развлечений «Y.E.S.» в д. Стризнево. Для его развития администрацией Вологодского района была оказана помощь в строительстве газопровода и ремонте автодороги, ведущей к центру, на средства, выделенные в рамках нацпроекта «Безопасные и качественные дороги».

Научная новизна исследования состоит в разработке методического подхода к анализу транспортной доступности объектов туристского интереса, в пределах оптимального расстояния (300 км), который наглядно демонстрирует размещение доступных для автопутешественников объектов. Полученные выводы, обладающие практической значимостью, могут способствовать деятельности по развитию действующих и созданию новых элементов инфраструктуры для обеспечения комфортного и безопасного путешествия автотуристов, что в дальнейшем будет стимулировать рост туристского потока внутри региона. Результаты исследования могут быть полезны органам власти при планировании точек привлечения туристов, а также туристам, планирующим индивидуальные маршруты путешествий.

4.2. Оценка временной доступности объектов придорожного сервиса в регионах в контексте роста потребления туристских услуг

Для туристов, совершающих поездку на автомобильном транспорте как в составе организованных групп, так и самостоятельно, весьма значимым на пути следования является возможность заправки топливом, особенно если расстояние до пункта назначения существенное. Современные заправочные комплексы не ограничиваются только продажей бензина, а включают в себя самые разные виды услуг.

¹⁰¹ Мишустин предложил масштабировать опыт Башкирии по придорожному сервису // РБК. URL: <https://ufa.rbc.ru/ufa/26/07/2023/64c0d6049a79472ca6c59b01>

¹⁰² Промышленные предприятия, малый бизнес и инвестиционную активность под- держат на Вологодчине // Официальный портал Правительства Вологодской области. URL: https://vologda-oblast.ru/novosti/glavnoe/promyshlennye_predpriyatiya_malyy_biznes_i_investitsionnuyu_aktivnost_podderzhat_na_vologodchine

Зачастую на них имеются магазин, кафе, банкомат, мойка, автосервис, шиномонтаж и тому подобное. Поэтому в качестве основного объекта придорожного сервиса, определяющего вероятность совершения путешествия, нами рассмотрены автозаправочные станции.

В связи с этим целью исследования стало определение доступности объектов придорожного сервиса на пути следования туристов к туристическим объектам, выступающей фактором, определяющим объем потребления туристических услуг в регионе. Для этого был проведен анализ научных подходов к оценке доступности объектов туризма, разработан методический подход к определению доступности объектов придорожного сервиса, выявлены наиболее проблемные участки туристических маршрутов, требующие создания дополнительной инфраструктуры.

Картографический метод выступил в качестве основного метода исследования. Геоинформационное моделирование объектов придорожного сервиса реализовано в системе Qgis.

Объектом исследования выбрана система автомобильных дорог, соединяющая Вологодскую область и Республику Карелию – регионы, соседствующие друг с другом и являющиеся довольно известными туристическими центрами Северо-Запада России. Предметом является доступность объектов придорожного сервиса населенных пунктов исследуемых регионов.

Эти вопросы, рассматривавшиеся многими учеными, достаточно разработаны. Некоторые авторы считают, что на оценку туристами доступности пункта назначения влияет сумма понесенных ими транспортных расходов [Vale, 2020]. Другие исследователи приходят к выводу, что ее измерение зависит от субъективного восприятия туристами [AlKahtani et al., 2015].

Широко распространено определение доступности объектов придорожного сервиса через измерение расстояния между объектами с помощью балльной оценки [Потапов, 2019; Шелег, 2020], геоинформационного моделирования [Павлюк, 2019], социологических опросов [Romo-Martin, 2019], экспертной оценки [Kolodinskaja, 2020], экспедиционного обследования [Сафиуллин, 2021].

Встречаются мнения, что, помимо расстояния, доступность связана с наличием инфраструктуры в пункте назначения [Gehrke et al., 2020], а также с затраченным туристами временем [Ceccato et al., 2020] и усилиями, необходимыми для совершения туристической поездки [Zhu, Diao, 2020].

Таким образом, можно обобщить, что ученые в качестве основного критерия оценки доступности используют расстояние. Стоит отметить, что оно не всегда отражает комфортность путешествия, поскольку участки маршрута могут быть пройдены за разное время в зависимости от типа дорожного покрытия.

В связи с этим в данном исследовании предлагается определить доступность объектов придорожного сервиса по времени, затраченному в пути от одного объекта к другому.

Расчет доступности времени складывается из протяженности пути, скорости движения согласно правилам дорожного движения, а также с учетом качества дорожного покрытия, наличия ремонтных дорог на участках маршрута. Визуализация доступности АЗС и коллективных средств размещения (КСР) как простран-

ственных объектов проведена на основе использования геоинформационных систем (ГИС). Для реализации выбрана геоинформационная система Qgis, в которой были поставлены следующие задачи: выбрать маршруты, составить базу данных объектов АЗС и КСР, выполнить гео моделирование информации. Полученный результат представлен в виде линейных и знаковых объектов.

Транспортная инфраструктура смоделирована на основе линейных слоев формата *.shp. Атрибутивная таблица автодорожной сети включает информацию о названии объекта, длине (км), характере дорожного покрытия, наличии дорожных работ и скорости (км/ч) на участках пути. Каждая часть маршрута имеет обозначение в соответствии с официальным. АЗС и КСР выполнены в точечном слое формата *.shp.

Для анализа выбраны объекты придорожного сервиса только по линии маршрута. Заголовки атрибутивной таблицы слоев по размещению АЗС и КСР включают название, расстояние (км) и время между остановками (мин). Дополнительный слой по КСР был создан для анализа их количества в административных центрах муниципальных районов при моделировании, поскольку концентрация этих объектов может являться дополнительным основанием для размещения автозаправочных станций, свидетельствуя о наличии туристической активности в местности и сигнализируя о потенциальном спросе на услуги АЗС со стороны туристов.

Поиск данных о КСР осуществлялся при помощи Google Maps и Яндекс.Карт. Основным критерием для отбора послужило наличие отзывов, соответствующих периоду поиска (июнь – июль 2022 года). Для визуализации временной доступности использовалась интерполяция методом обратных взвешенных расстояний на растровом слое. Его выбор обусловлен тем, что он дает возможность отображать концентрацию схожих между собой объектов и рассматривает значение каждой точки как локальное, которое уменьшается с расстоянием. Из этого следует, что объекты, обладающие высокой временной доступностью, характеризуются подобными друг другу значениями, тем самым демонстрируя их концентрацию. Исходя из этого точки на карте будут отличаться более яркой и темной интенсивностью цвета, а большие временные промежутки – светлой окраской. Используемый способ интервалов позволил не только оценить временную доступность между соседними объектами, но и проанализировать, на каком из участков будет затрачено большее количество времени.

Также было выполнено моделирование размещения предлагаемых объектов придорожного сервиса – АЗС, отображаемых на отдельном слое. Оно осуществлялось на основе критериев, установленных в нормативных документах. В настоящее время требования к расположению инфраструктуры придорожного сервиса определяются действующим Постановлением Правительства РФ от 28 октября 2020 года № 1753 «О минимально необходимых для обслуживания участников дорожного движения требованиях к обеспеченности автомобильных дорог общего пользования федерального, регионального или межмуниципального, местного значения объектами дорожного сервиса, размещаемыми в границах полос отвода автомобильных дорог, а также требованиях к перечню минимально необходимых услуг, оказываемых на таких объектах дорожного сервиса».

Рассматриваемые участки автомобильных дорог, соединяющие гг. Вологду и Петрозаводск – основные центры формирования турпотоков – относятся к нескольким автодорогам III и IV категории. Согласно действующей нормативно-правовой базе, максимально возможное расстояние между АЗС для такого типа дорог должно составлять не более 150 км. Следует отметить, что исследуемые маршруты в целом соответствуют вышеуказанным требованиям. Однако стоит обратить внимание на то, что неучтенным остается состояние дорожного покрытия, неудовлетворительное качество которого может привести к снижению скорости в пути и увеличению времени, затрачиваемого на путешествие. До принятия вышеуказанного документа размещение объектов придорожного сервиса определялось ГОСТ 33062 – 2014, согласно которому располагать автозаправки следовало на расстоянии не более 50 км друг от друга, что соответствует европейской практике. Так, например, в Великобритании рекомендуется размещать АЗС и зоны отдыха в радиусе 28 миль (45 км) друг от друга¹⁰³, во Франции – 60 километров¹⁰⁴.

Кроме того, необходимо учитывать, что время, затраченное на путешествие на автобусе, как правило, всегда больше, чем на личном автомобиле, который позволяет туристам быть более мобильными и дает возможность корректировать линии выбранного маршрута. В связи с этим, многие туристы предпочитают самостоятельные поездки на личном транспорте, следовательно, в этом случае большое внимание должно быть уделено созданию качественного придорожного сервиса.

Вместе с тем логично предположить, что критерием для создания новых автозаправок могут служить близость к ним населенных пунктов и концентрация коллективных средств размещения, поскольку основными потребителями услуг становятся местные жители и туристы, а также участники дорожного движения. Таким образом, принимая во внимание вышесказанное, в нашем исследовании новые АЗС проектировались исходя из расчета: один объект на 50 км автодороги. Результаты геоинформационного моделирования доступности объектов придорожного сервиса и объектов коллективных средств размещения, учитывающих затраты туристов по времени, отражены посредством картографирования.

Вологодская область и Республика Карелия представляют собой соседствующие друг с другом регионы, в которых туризм довольно давно и активно развивается. Они входят в кольцевой межрегиональный туристический маршрут «Серебряное ожерелье России», объединяющий субъекты СЗФО.

Города Вологда и Петрозаводск являются туристическими центрами этих территорий, генерирующими межрегиональный турпоток. В качестве основных маршрутов, соединяющих два региона автодорогами с твердым покрытием, были выделены следующие: федеральные трассы А-119, А-114 и А-215, трасса Е105,

¹⁰³ The strategic road network and the delivery of sustainable development. Department for Transport. 10 September 2013. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/237412/dft-circular-strategic-road.pdf

¹⁰⁴ Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie. (2015). Instruction du Gouvernement du 13 Juillet 2015 portant sur les conditions techniques d'aménagement des autoroutes de liaison [Government Instruction on July 13, 2015 on the technical conditions for the development of the connecting freeways]. Sourdun, France: Direction technique infrastructures de transport et matériaux. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/circulaire/id/39841>

относящаяся к международной сети дорог категории Е, и автодорога регионального значения 41А-009 (рис. 4.6).

Первый маршрут – А-119 – А-215 – Е105 – проходит через следующие крупные населенные пункты: это гг. Вологда и Кириллов, с. Липин Бор, г. Вытегра, г. Подпорожье, г. Лодейное Поле, г. Олонецк, пгт. Пряжа и г. Петрозаводск.

Второй маршрут, к которому относятся участки трассы А-119, соединяющей гг. Вологду и Вытегру Вологодской области и трассы А-215, ведущей в г. Петрозаводск, является самым коротким и отличается наличием паромной переправы через р. Свирь в п. Вознесенье Ленинградской области, с помощью которой осуществляется провоз людей и автомобилей.

Основу третьего маршрута составляет трасса А-114, связывающая г. Вологду, п. Шексна, п. Кадуй, г. Устюжна Вологодской области и гг. Бокситогорск и Тихвин Ленинградской области.

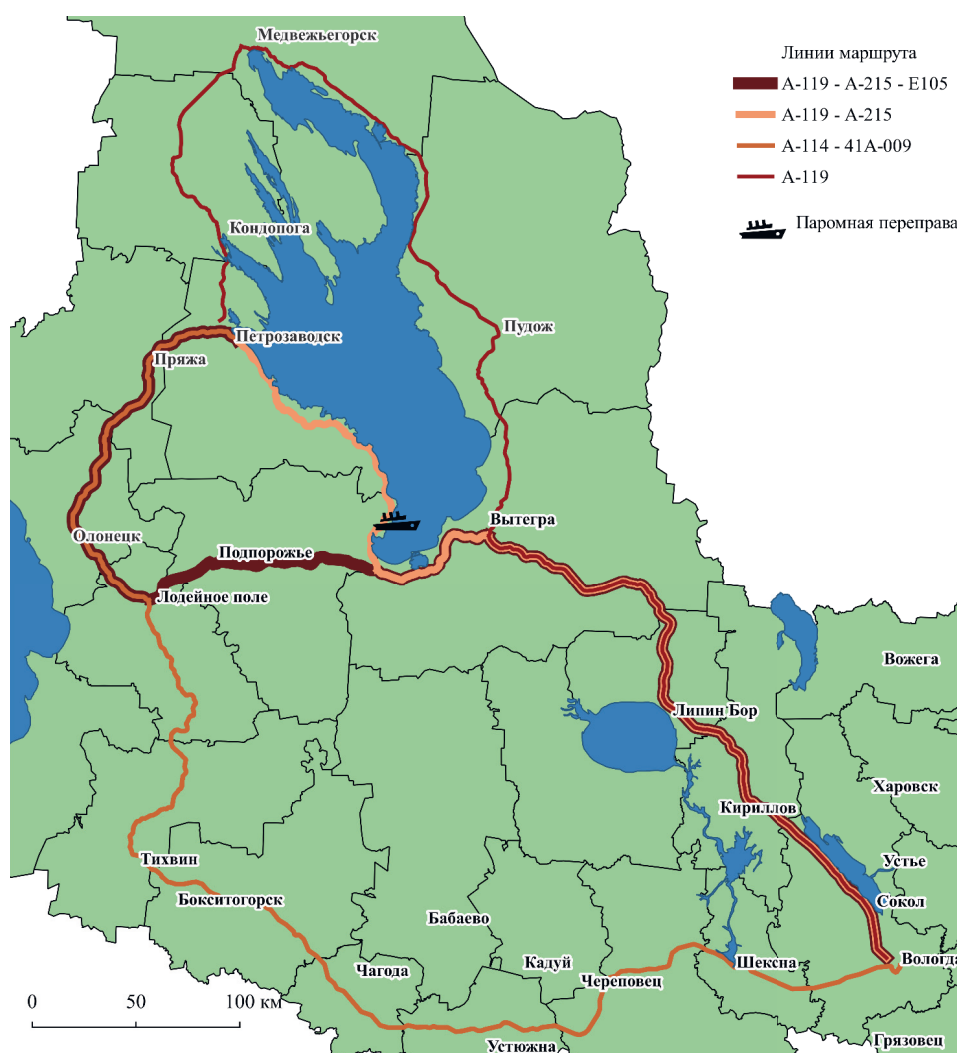


Рис. 4.6. Автомобильные маршруты, соединяющие г. Вологду и г. Петрозаводск
Источник: составлено авторами.

Четвертый маршрут предусматривает движение только по трассе А-119 и проходит через все города Республики Карелии и Вологодской области, расположенные вдоль линии пути.

Рассмотрим время путешествия по каждому выделенному маршруту. Нами были рассчитаны нормативное и фактическое время в пути. Расчет нормативного времени осуществлялся с учетом движения по трассам хорошего качества со скоростью, разрешенной правилами дорожного движения. Фактическое время в пути определялось с учетом неровной дороги и наличия ремонтных работ на участках трассы.

Анализ полученных результатов показал, что участки неровной дороги и ремонт дорожного полотна увеличивают временную доступность в среднем на 1 час (табл. 4.2).

Результаты анализа обеспеченности исследуемых маршрутов АЗС представлены на рис. 4.7. Всего было выявлено 46 автозаправок. Самым большим количеством размещенных АЗС характеризуется линия маршрута А-114 – 41А-009, особенно на участке трассы А-114, соединяющие между собой г. Санкт-Петербург и г. Вологду.

Высокой концентрацией АЗС и их доступностью отличаются такие города, как Вологда, Вытегра, Лодейное Поле и Петрозаводск.

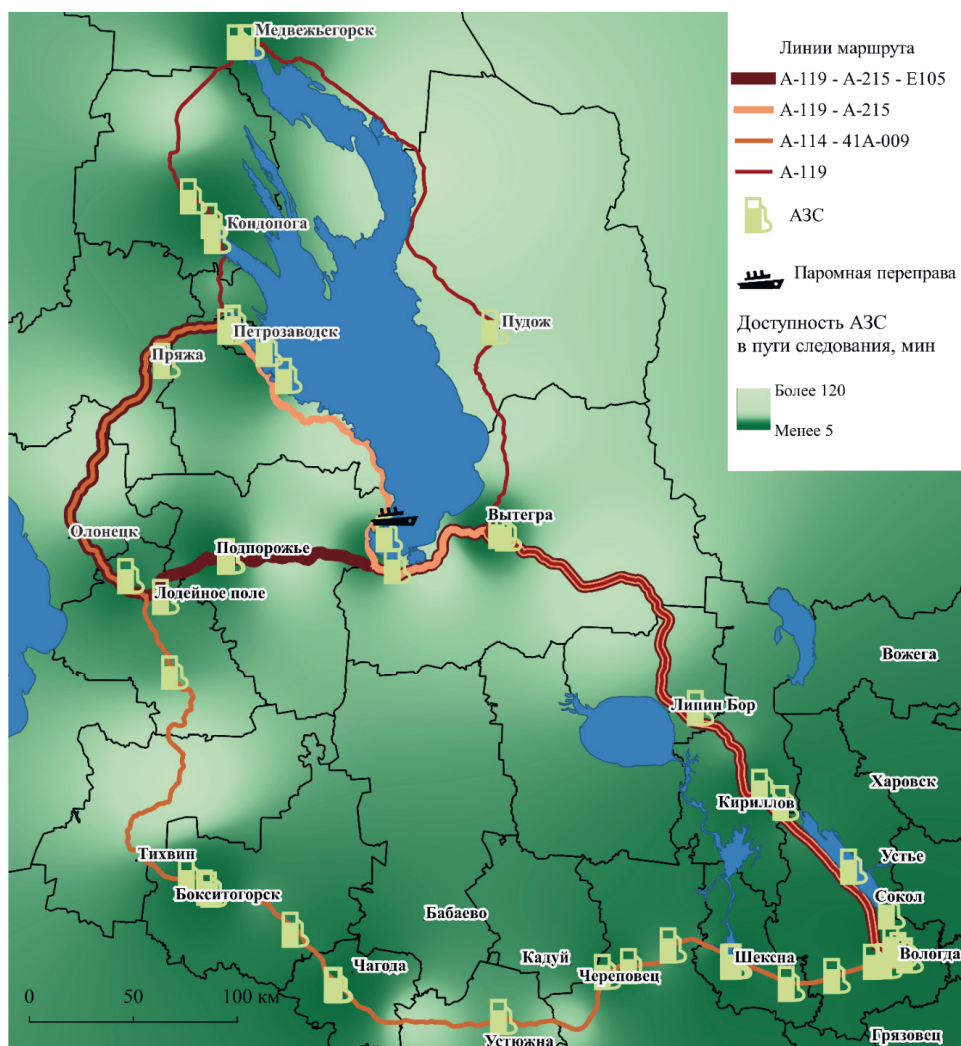
Модель также позволила выявить участки маршрутов, отличающиеся слабой временной доступностью АЗС, что связано с проведением ремонтных работ и неудовлетворительным качеством дорожного полотна. Так, ведутся работы по восстановлению дорожного полотна на участках А-114 Вологда – Тихвин (срок выполнения – 01.10.2024) и А-215 Вытегра – Ошта (срок выполнения – 2023 год).

Оценка обеспеченности объектов придорожного сервиса (АЗС) на исследуемых маршрутах на основе геоинформационного моделирования показала, что большинство объектов расположены по принципу привязки к какому-либо городу или населенному пункту либо находятся в местах пересечения автодорог, что свидетельствует об удовлетворении спроса местных жителей и транзитного потока.

Таблица 4.2. Обеспеченность автодорог, соединяющих гг. Вологду и Петрозаводск, объектами придорожного сервиса

Маршрут	Протяженность, км	Нормативное время в пути	Фактическое время в пути	Время в пути на автобусе	Количество АЗС на участке маршрута, ед.	Количество КСР, ед.
А-119 – А-215 – Е105	700	8 ч 10 мин	9 ч 5 мин	12 ч 20 мин	18	14
А-119 – А-215	540	6 ч (+ожидание парома 1 ч)	8 ч 4 мин (+ожидание парома 1 ч)		14	12
А-114 – 41А-009	794	8 ч 49 мин	10 ч 15 мин		24	14
А-119	783	8 ч 38 мин	9 ч 44 мин		16	26

Источник: составлено авторами.



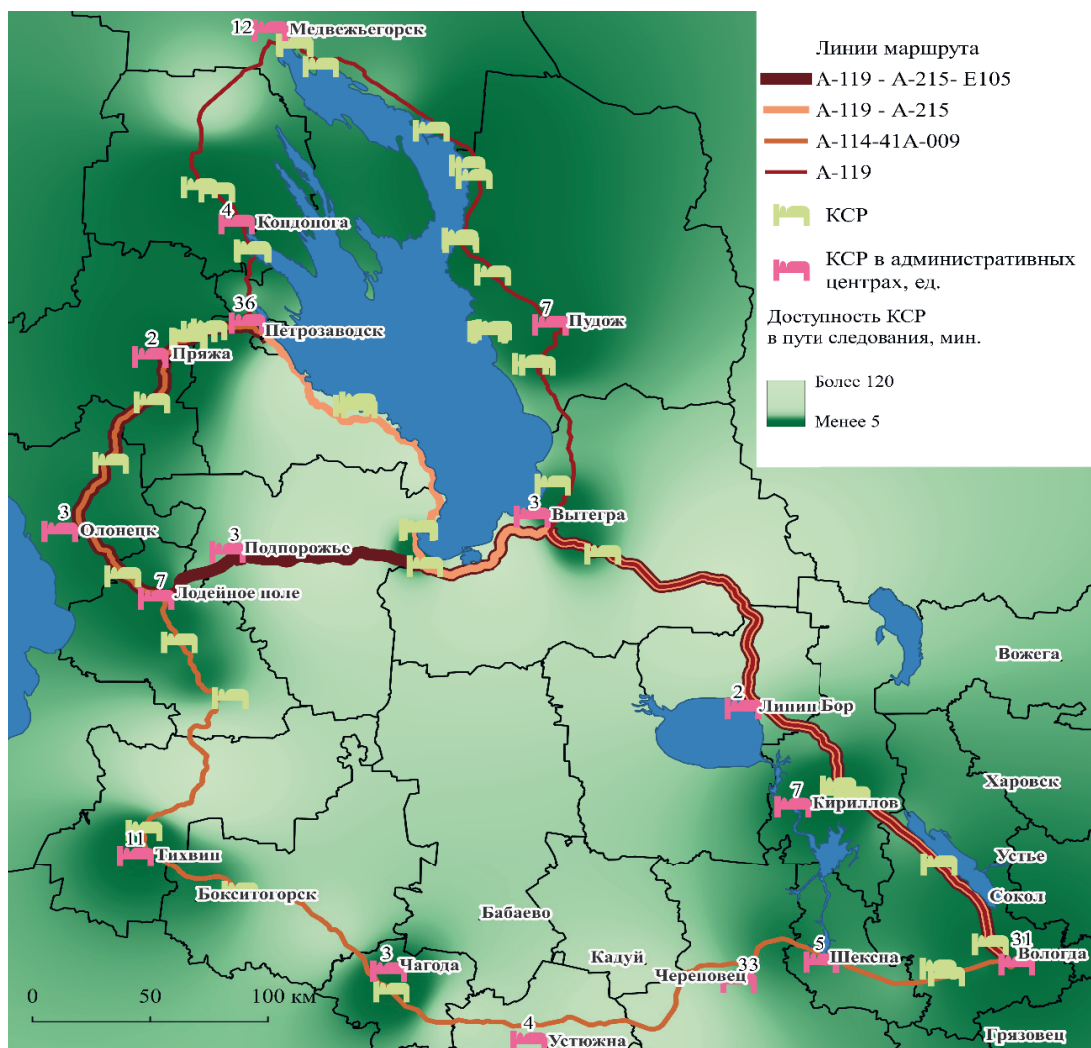
**Рис. 4.7. Обеспеченность автомобильных маршрутов
автозаправочными станциями**

Источник: составлено авторами.

Также на линии маршрутов было установлено расположение 50 объектов, относящихся к коллективным средствам размещения (рис. 4.8).

Определено, что среди всех рассмотренных маршрутов высокой концентрацией КСР отличается трасса А-119, что связано с повышенной туристической привлекательностью правобережной части Онежского озера.

Таким образом, в результате проведенного исследования отмечено неравномерное распределение доступности АЗС и КСР в пути следования. Кроме того, выявленные особенности их размещения позволяют определить участки маршрута, требующие создания дополнительной инфраструктуры. По результатам моделирования установлено, что самой низкой доступностью АЗС обладает участок маршрута А-119 от села Липин Бор Вологодской области до г. Медвежьегорска Республики Карелии, что требует увеличения их количества.



**Рис. 4.8. Обеспеченность автомобильных маршрутов
коллективными средствами размещения**

Источник: составлено авторами.

Согласно обозначенным выше критериям, предлагается дополнить этот маршрут четырьмя автозаправочными станциями, три из которых будут относиться к участку г. Вытегра – г. Медвежьегорск (рис. 4.9), являющемуся довольно привлекательным для туристов. Так, согласно официальным статистическим данным¹⁰⁵, Вытегорский район Вологодской области в 2020 году посетило 17000 чел. (для сравнения: число туристов Вологодского района без учета г. Вологды составило 20000 чел.). Кроме того, на линии маршрута расположены привлекательные для туристов объекты и средства размещения, наличие которых позволяет говорить об имеющейся туристической активности.

¹⁰⁵ Данные Вологдастата.

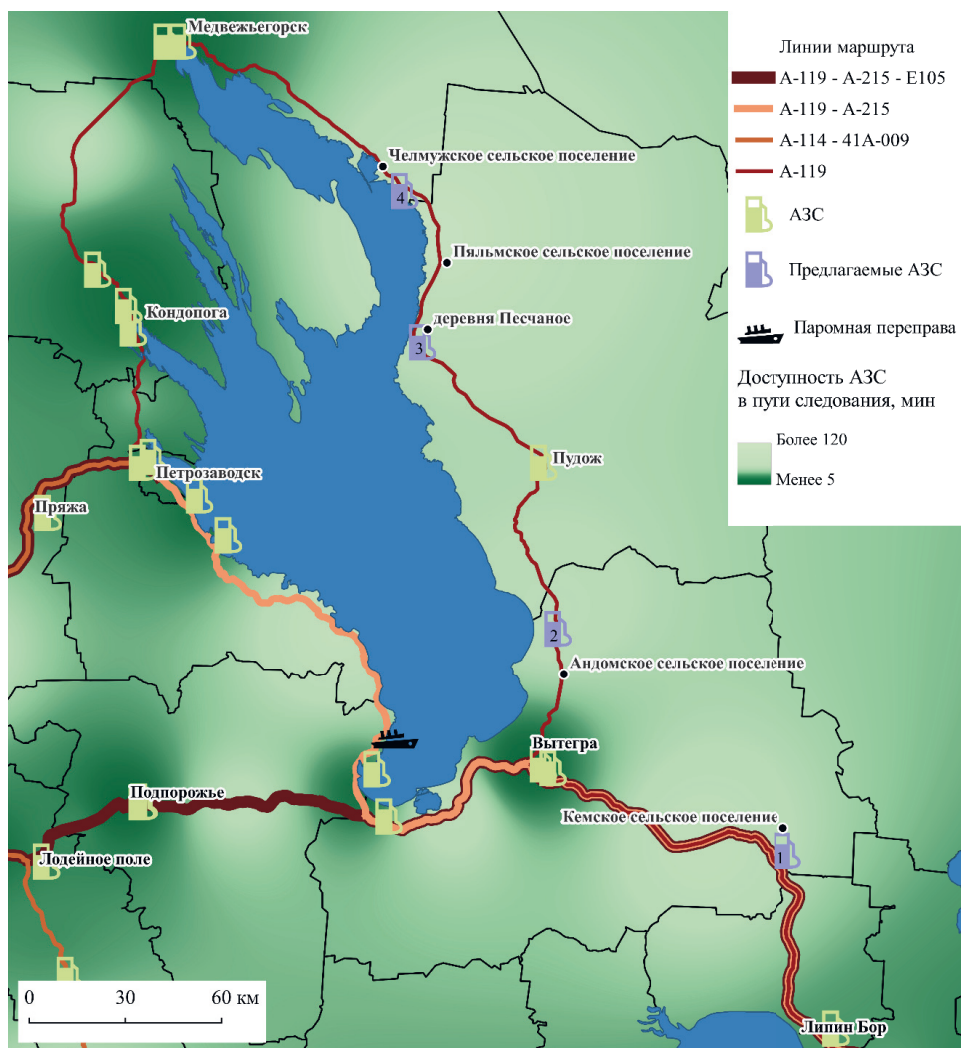


Рис. 4.9. Проектируемые автозаправочные станции на участке маршрута А-119
Источник: составлено авторами.

Для роста турпотока и увеличения комфортности путешествия предлагается размещение первой АЗС на ключевом участке А-119 – на 232 километре. Проектируемый объект обладает доступностью для населенных пунктов – в 15 км расположено Кемское сельское поселение Вытегорского района Вологодской области. На его территории располагаются предприятия, занимающиеся лесозаготовкой и деревопереработкой (ООО «Восток», ГУ ВО «Ковжинский лесхоз», ЗАО «Ковжинский леспромхоз»¹⁰⁶), которые также могут стать потенциальными потребителями услуг заправочного комплекса.

Участок автодороги А-119 от г. Вытегры до г. Медвежьегорска составляет 310 км, расчетное время пути – около 4 ч с учетом неровной дороги. В пути встречается

¹⁰⁶ Социально-экономическое состояние поселения. URL: http://kemsкое.ru/ekonomika/pasport_mo

лишь одна АЗС в г. Пудож Республики Карелии. По линии маршрута выявлены 35 КСР, из них 7 – в г. Пудож, 12 – в г. Медвежьегорск. Восточное побережье Онежского озера пользуется популярностью среди туристов, о чем и свидетельствует значительное количество КСР. В связи с этим размещение второго объекта АЗС возможно на 368 км участка А-119 на, который характеризуется близостью гостиницы «Прионежская Ривьера» и памятника природы «Андомская гора». В 15 км расположено Андомское сельское поселение Вологодской области, в состав которого входят 78 населенных пунктов, в которых проживает порядка 2 тыс. чел. В нем также функционируют предприятия, занимающиеся лесозаготовкой и сельскохозяйственным производством¹⁰⁷.

Третью АЗС целесообразно расположить на участке А-119 в деревне Песчаное, входящей в состав Авдеевского сельского поселения Пудожского района Республики Карелии. Вблизи от объекта размещены 5 гостиниц («Отдых в Карелии», «Домик у Медведя», «Песчаное», «Потапыч» и «Онежский берег»), а в радиусе 20 км – Пяльмское сельское поселение Пудожского района Республики Карелии, насчитывающее порядка 2 тысяч жителей. На его территории располагаются лесопромышленные компании и производители пиломатериалов и изделий из дерева, например, ООО «Лесозавод Пяльма».

Расположение четвертой автозаправки предусматривается на 551 км трассы А-119, вблизи от таких объектов культуры, как Богоявленская деревянная церковь им. Петра и Павла, Челмужская усадьба (она же гостиница), природного объекта Челмужская коса, представляющего собой песчаный мыс длиной порядка 13 км, а также вблизи Челмужского сельского поселения Медвежьегорского района Республики Карелии.

Проектируемые объекты придорожного сервиса позволят маршруту быть более комфортным и безопасным, поскольку близкое расположение АЗС и наличие станций технического обслуживания способствует быстрому реагированию на возможные дорожно-транспортные происшествия в пути. Также повысится временная доступность для путешественников туристических объектов.

Предложенные выше варианты размещения АЗС характеризуются их соседством с КСР, объектами культуры и природы, сельскими поселениями, обеспечивающими спрос в туристический сезон и на постоянной основе за счет местного населения. Потенциальный туристический поток позволит задействовать в туризме малонаселенные территории и будет способствовать их развитию.

Проведенное исследование позволило уточнить временную доступность объектов придорожного сервиса на автомобильных дорогах, которыми пользуются внутренние туристы. Оценка времени, затрачиваемого при совершении планируемого путешествия более понятна, чем измерение расстояния, поскольку помогает более рационально подходить к организации поездки. Предлагаемая методика временной доступности объектов придорожного сервиса с учетом типа дорожного покрытия позволяет при управлении туризмом более объективно оценить временные затраты на путешествие, выявить слабо оборудованные участки трассы и

¹⁰⁷ Сельское поселение Андомское Вытегорского муниципального района Вологодской области. URL: <https://andomskoe.ru/otchet>

модернизировать их, чтобы улучшить комфортность путешествий. Достоинствами исследования являются возможность проведения расчетов на основе открытых источников, применимость для всей территории России, учет не обследуемых официальной статистикой факторов, влияющих на время совершения поездки. Ограничением исследования выступает отсутствие официальной информации, характеризующей интенсивность движения пассажиропотока на автодорогах исследуемых регионов. Кроме того, данные, используемые для оценки временной доступности объектов придорожного сервиса, могут быстро устаревать, поэтому требуется организация мониторинга маршрутной сети.

Примененный подход в исследовании пригоден для использования при оценке доступности для туристов объектов культуры и природы: например, при проектировании туристических маршрутов в экотуризме, походов и велотуров, организации автобусных туров. Точная оценка временной доступности объектов дает возможность оценить потенциальные места для отдыха, а также, руководствуясь временем, посетить больше туристических объектов, чем было запланировано. Особенно эффективна такая оценка при организации детских походов, поскольку эта категория туристов наиболее восприимчива к затраченному в пути времени.

В результате использования геоинформационного моделирования определены участки автодорог, нуждающиеся в обеспечении автозаправочными станциями, и спроектированы места их размещения, что позволит нарастить объем межрегионального турпотока и увеличить потребление туристских услуг. Это особенно важно с учетом реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», предполагающего совершенствование туристической инфраструктуры, в том числе на основе появления новых инвестиционных туристических объектов, и выделение на эти цели значительного объема финансирования. Строительство автозаправочных комплексов возможно в рамках государственной поддержки инвесторов. Так, например, в Республике Башкортостан действует программа развития придорожного сервиса, согласно которой инвестор при финансировании строительства объекта стоимостью более 50 млн руб., предполагающего создание не менее 25 рабочих мест, может получить земельный участок в аренду без проведения торгов, а также претендовать на возмещение части затрат.

Видится, что именно автопутешественники являются той категорией туристов, которая способна значительно нарастить внутреннее туристское потребление и повысить уровень мобильности населения. Стоит отметить, что в настоящее время спрос между регионами на автомаршруты распределен неравномерно: самыми востребованными являются автодороги туристического маршрута «Золотого кольца России»; трассы, соединяющие гг. Москву и Санкт-Петербург; маршруты из столиц на Черноморское побережье России¹⁰⁸. Это еще более актуализирует необходимость развития автомобильного туризма в регионах страны. Полученные в исследовании результаты имеют практическое значение, так как могут способствовать появлению новых объектов дорожной инфраструктуры, обеспечиванию безопасности и комфорта поездок туристов и активизации роста спроса на тури-

¹⁰⁸ Постуризм назвал наиболее востребованные маршруты для автотуристов. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/88249>

стские ресурсы регионов, а также могут быть использованы органами власти при проектировании туристических маршрутов и туристами для оценки доступности тех или иных мест при составлении собственных маршрутов поездок с учетом временного фактора.

4.3. Оценка доступности электрозаправочных станций в регионах Северо-Запада России в контексте развития туризма

Рост числа автомобилей с двигателем внутреннего сгорания, увеличивает негативное воздействие на окружающую среду и здоровье человека [Гаевский, Одинокова, 2019; Лебедев, 2022]. Вследствие этого становится актуальным использование альтернативного вида транспорта – электромобиля (ЭМ). Его популярность обусловлена экологичностью и экономичностью [Шаньгин, 2013]. Китай играет ключевую роль в росте мирового рынка ЭМ благодаря нескольким факторам¹⁰⁹, среди них можно выделить неблагоприятную экологическую ситуацию, которая вынуждает правительство содействовать продажам электромобилей через государственные субсидии [Токарев, Крупенкова, 2016; Пелегов, Еременко, 2020]. Кроме того, были введены ограничения на приобретение автомобилей с двигателями внутреннего сгорания, что также способствует растущей популярности электромобилей.

Электромобильная индустрия в России только зарождается, что выражается в незначительной доле электромобилей на отечественном рынке¹¹⁰. Однако рост автопарка ЭМ в стране заметен. Согласно данным Автостата, в 2022 году жители РФ купили на 33% больше электромобилей, чем в предыдущем¹¹¹. Регионами - лидерами по количеству электромобилей являются: г. Москва (2161 шт.), Приморский край (1652 шт.), Иркутская область (1540 шт.) и Хабаровский край (861 шт.); в то же время в перечень лидеров по числу ЭЗС вошли следующие регионы: г. Москва и Подмосковье, Краснодарский край, г. Санкт-Петербург, Приморский край¹¹². Стоит отметить, что Иркутская область и Хабаровский край, характеризующиеся значительным автопарком ЭМ, не располагают на своей территории большим количеством зарядных станций. Результаты опроса общественного мнения свидетельствуют о том, что около 88% населения хотели бы приобрести электрический автотранспорт¹¹³. Одним из существенных барьеров на пути распространения

¹⁰⁹ Инфраструктура пространственного развития РФ: транспорт, энергетика, инновационная система, жизнеобеспечение / под ред. О.В. Тарасовой. Новосибирск: ИЭОПП РАН, 2020. 456 с.

¹¹⁰ Доля электромобилей на российском рынке достигла 1% в феврале 2023 года. URL: <https://www.autostat.ru/news/54064>

¹¹¹ Рынок новых электромобилей в России в 2022 году установил рекорд. URL: <https://www.autostat.ru/news/53604>

¹¹² Сколько в России электромобилей и как развивается инфраструктура для них. URL: <https://journal.tinkoff.ru/statistic-electrocars>

¹¹³ Каждый третий владелец автомобиля с ДВС готов пересесть на электромобиль. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/54091>

ЭМ является слабо развитая зарядная инфраструктура. По информации, предоставленной сервисом «PlugShare», в России сейчас имеется около 250 быстрых и примерно 1000 медленных зарядных станций¹¹⁴. В соответствии с утвержденной в 2021 году «Концепцией по развитию производства и использованию электрического автомобильного транспорта», к 2030 году планируется установить 144 тыс. зарядных станций. Что должно поспособствовать росту автопарка ЭМ в стране¹¹⁵. Использование электромобилей в туристских целях также набирает популярность. Это отражается в новостных блогах путешественников об их опыте использования электромобиля на дальние расстояния¹¹⁶ и в разработке туристических маршрутов¹¹⁷ для ЭМ. Неравномерное распределение сети зарядных станций на территории страны остро ощущается туристами. Например, они отмечают слабый уровень доступности ЭЗС в Республике Карелии, что выражается в преобладании длительных зарядок с высокой стоимостью электроэнергии (5 ч, 12 руб./кВт), а также большим расстоянием между ними¹¹⁸. По мнению экспертов, создание инфраструктуры ЭЗС должно опережать покупку машины, поскольку перед приобретением электромобиля потребителю необходимо четко понимать, где ему заряжать транспортное средство¹¹⁹.

В связи с этим целью исследования стало определение инфраструктурной доступности пунктов зарядки электромобилей для посещения путешественниками объектов туристского показа. Для достижения цели был проведен анализ научных подходов к изучению инфраструктурной доступности зарядных станций, разработан методический подход к оценке инфраструктурной доступности зарядных станций, которыми могут воспользоваться туристы в пути до объектов туристского показа, выявлены проблемные участки зарядной инфраструктуры в межрегиональной и городской сети автодорог. Основной метод исследования – картографический. Пространственное моделирование объектов осуществлялось в программе QGIS.

Объектом исследования выступила зарядная инфраструктура регионов СЗФО. Предмет исследования – доступность ЭЗС населенных пунктов исследуемых регионов.

Поскольку рынок ЭМ в России находится на начальном этапе развития, органами государственной власти активно обсуждаются вопросы преимущества перехода на данные технологии и предложения по стимулированию населения к покупке электромобилей и развитию соответствующей зарядной инфраструктуры. В своих рекомендациях по расширению сетей зарядки представители государ-

¹¹⁴ Карта электрозаправок. URL: <https://plugshare.ru>

¹¹⁵ Об утверждении Концепции по развитию производства и использования электрического автомобильного транспорта в Российской Федерации на период до 2030 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 23 августа 2021 г. № 2290-р (дата обращения 17.04.2023).

¹¹⁶ Можно ли путешествовать на электромобиле по России. URL: <https://www.kp.ru/daily/27461/4667049>

¹¹⁷ URL: <https://robb.report/stil-zhizni/41455-4-interesnyh-avtomarshruta-po-rossii-dlya-elektromobiley>

¹¹⁸ На экоигле: стоит ли покупать электрокар для Карелии. URL: <https://karelinform.ru/news/2022-08-21/na-ekoigle-stoit-li-pokupat-elektrokar-dlya-karelii-2326440>

¹¹⁹ Велика Россия, а заряжать нечего. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5864485>

ственной власти ограничиваются только увеличением объектов. Изучение трудов российских исследователей показало, что вопросы эффективного размещения ЭЗС остаются слабо разработанными. В работах [Никишин, Сухина, Дядченко, 2022] поднимаются вопросы необходимости разработки сценариев по расширению сети зарядных станций. В то же время в зарубежной литературе данные вопросы достаточно изучены.

Математическое и картографическое моделирование являются широко используемыми методами в пространственном анализе зарядной инфраструктуры [Feng et al., 2021]. Так, для оценки эффективности размещения ЭЗС авторы разработали математическую модель, которая учитывает долю электромобилей на изучаемой территории и спрос со стороны населения на зарядную установку [Lorenzo et al., 2019]. Помимо спроса и доли транспортного средства учеными также используются следующие критерии оценки: стоимость услуги, расстояние до ЭЗС, цели предстоящей поездки, время ожидания в момент зарядки транспорта, запас хода, географические характеристики местности, а также возможная нагрузка на электросеть населенного пункта [Asamer et al., 2016; Fredriksson et al., 2019; Ren et al., 2019]. Обзор зарубежных литературных источников [Dong et al., 2019; Lee et al., 2020] показал, что на потребность в зарядке влияют преимущественно цели поездки.

Анализ размещения зарядной инфраструктуры проводится на разных уровнях. Исследователями [Csisz'ar et al., 2019] разработан двухуровневый метод определения эффективного расположения ЭЗС. Он позволяет оценить потенциал использования ЭМ на макроуровне (регион) и возможное расположение зарядных станций на микроуровне (город) с акцентом на землепользовании.

Наиболее прогрессивные исследования по данной проблематике с учетом множества факторов проводятся в КНР. Это обусловлено доступом китайских ученых к статистике ID карт граждан, которые содержат в себе необходимый спектр информации для исследования. Данное преимущество позволяет разрабатывать инновационные методы на основе пространственного и математического моделирования, отражающие актуальные тенденции в развитии транспортной инфраструктуры [Guanpeng et al., 2019; Zhoulin et al., 2022].

Сбор предварительных данных о транспортной инфраструктуре является неотъемлемой частью исследования. Собранные материалы должны помочь в раскрытии особенностей дорожных сетей, включая виды дорог, перекрестки, мосты и т.д. Учеными широко используется система многоуровневого дорожного индекса (MRI – multi-layer road index system) [Wu et al., 2021]. MRI система – это метод предварительной обработки дорожных сетей в ГИС. Она классифицирует взаимосвязи дорог на карте по разным группам. Полученные данные значительно упрощают процесс работы оцифровки информации, поскольку они мгновенно представляют результаты в будущие слои создаваемых карт.

Таким образом, судя по результатам обобщения научных работ, наиболее распространенными для оценки инфраструктурной доступности методами являются картографическое и математическое моделирование. Основным критерием для размещения ЭЗС в зарубежных странах является цель поездки.

При отсутствии в РФ подобных статистических данных в качестве основного критерия для оценки инфраструктурной доступности зарядных станций будет использоваться показатель запаса хода. Он демонстрирует предельное расстояние, которое может пройти транспортное средство без зарядки. В качестве примера автотранспорта будет использоваться модель Nissan Leaf, как самая популярная и доступная среди российских потребителей модель на вторичном рынке электромобилей¹²⁰. Средний ход данного транспортного средства составляет 160 км.

Оценка доступности проводится для летнего времени года, поскольку провести измерения для электромобиля в зимний период затруднительно, потому что транспорт чувствителен к низким температурам, из-за чего растет потребление заряда аккумулятора и запас хода на дальние дистанции существенно сокращается.

Основным методом исследования стало геоинформационное моделирование в программе QGIS. Чтобы построить необходимые картографические материалы, были поставлены следующие задачи: выбрать города СЗФО, характеризующиеся большим количеством ЭЗС; составить базу данных ЭЗС и объектов туристского показа; выбрать метод картографирования данных; провести моделирование доступности зарядных станций, которыми смогут воспользоваться туристы во время путешествия. Объекты на карте представлены в виде линейных и знаковых элементов.

Транспортная инфраструктура городов смоделирована в линейных слоях. Она представлена такими видами дорог, как второстепенное шоссе, третичное шоссе, первичная магистраль, дороги в жилых кварталах, железные дороги и прочие. Зарядные станции представлены знаками. Поиск о данных объектах осуществлялся при помощи сервисов Яндекс и Google Карт, а также на основе анализа информации, предоставляемой СМИ в исследуемых городах. В инфраструктуре города отображены: музеи, театры, исторические места и памятники, места туристской аттракции (торгово-развлекательные центры, ремесленные школы, популярные места для фотографий и др.), парки и скверы, спортивные стадионы. Стоит отметить, что объекты религиозного значения не представлены на картах отдельными значками. Они были внесены в перечень мест туристской аттракции, чтобы предотвратить иллюстративную перегрузку картографического материала.

Визуализация инфраструктурной доступности проводилась методом построения графического буфера. Буфер представлен областью определенного радиуса вокруг выбранного объекта исследования. Так, вокруг каждой ЭЗС создана буферная зона, радиус которой зависит либо от размеров изучаемого города (т.к. площадь города может быть меньше показателя запаса города), либо расстояния согласно показателю запаса хода. Таким образом, уровень инфраструктурной доступности будет отображаться градиентной окружностью с более бледной окраской от периферии к более яркой к центру (местоположению ЭЗС).

Как было установлено, в Северо-Западном федеральном округе туризм активно развивается (табл. 4.3). В регионах округа туристский поток в 2022 году в сравнении с пандемийным 2020 годом увеличился на 22%, а по сравнению с непандемийным

¹²⁰ Рынок электромобилей с пробегом в январе снизился на 10% // Автостат. URL: <https://www.autostat.ru/news/53982>

Таблица 4.3. Динамика численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, в 2020–2022 гг., чел.

Территории	2020	2021	2022	2022 к 2020, %
Северо-Западный федеральный округ	6357675	9142324	7782728	122,41
Вологодская область	282159	371873	604006	214,07
Псковская область	256953	368779	434362	169,04
Архангельская область	204529	340256	286801	140,23
Республика Коми	143713	193762	197263	137,26
г. Санкт-Петербург	3080780	4534260	3874052	125,75
Мурманская область	257260	357490	307973	119,71
Ленинградская область	965662	1249649	970319	100,48
Калининградская область	528203	832948	518568	98,18
Новгородская область	250362	327821	231962	92,65
Республика Карелия	388054	565486	357422	92,11
Источник: рассчитано на основе данных Росстата.				

2021-м – сократился. Регионами-лидерами в 2022 году стали Вологодская, Псковская, Архангельская области, Республика Карелия и г. Санкт-Петербург. Положительная динамика говорит о привлекательности регионов для туристов. СЗФО характеризуется значительными культурно-историческими и природными ресурсами. Субъекты округа входят в кольцевой межрегиональный историко-культурный туристический маршрут «Серебряное ожерелье России». Административные центры регионов генерируют основной межрегиональный туристский поток.

В качестве объектов исследования выступает зарядная инфраструктура городов – Санкт-Петербурга, Вологды, Череповца, Великого Новгорода, Петрозаводска, характеризующаяся значительным количеством ЭЗС. Калининградская область не рассматривается, так как ее территория является анклавом и добраться до нее на автомобиле, в силу нестабильной геополитической обстановки, затруднительно. Транспортное сообщение рассмотрено на примере дорог федерального, регионального и местного типа.

В СЗФО расположены 117 зарядных станций, включая ЭЗС в г. Санкт-Петербурге (74 шт.; рис. 4.10). Наибольшей концентрацией исследуемых объектов характеризуются Ленинградская и Новгородская области, Республика Карелия, город Санкт-Петербург.

Помимо значительного количества ЭЗС в сравнении с другими регионами округа, данные территории обладают инфраструктурной связанностью, т.е. при принятом показателе запаса хода 160 км туристы могут совершать на электромобилях межрегиональные поездки. Однако оговорки требует маршрут по трассам Р-21 и Е105 (Санкт-Петербург – Петрозаводск), транспортная связанность регионов в большей степени обусловлена близким расположением регионов друг к другу, нежели развитой зарядной инфраструктурой. Федеральная трасса М-11 Москва – Санкт-Петербург является основной линией транспортной коммуникации для

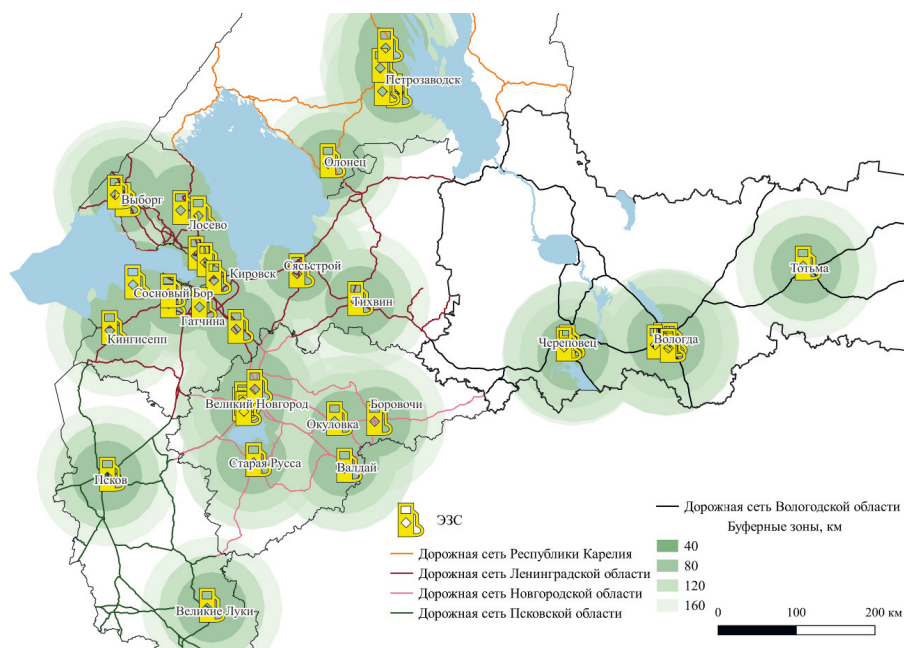


Рис. 4.10. Инфраструктурная доступность электромобилей в СЗФО
Источник: составлено авторами.

электромобилей между Ленинградской и Новгородской областями, так как вдоль маршрута отмечено наибольшее количество ЭЗС с допустимым расстоянием друг от друга до 160 км. Также стоит предположить, что количество ЭЗС вдоль данной автострады будет увеличиваться в связи с предоставлением Правительством РФ права бесплатного проезда для электромобилей по платным федеральным трассам в 2023 году¹²¹.

Однако нельзя сказать, что путешествие будет беспрепятственным, поскольку информация о типе зарядной станции и скорости зарядки на всех ЭЗС в округе присутствует только у 21 объекта. Отсутствие соответствующей информации затрудняет планирование путешествия, так как для туристов остается не совсем ясным, сколько времени будет затрачено на зарядку транспортного средства. Известно, что к медленным ЭЗС относятся 13, к быстрым – 8. Преобладание первых над вторыми соответствует российской тенденции, поэтому остановки с целью зарядки могут занимать длительный промежуток времени, что будет сказываться на удобстве и комфорте путешествия на электромобилях.

Вологодская и Псковская области остаются оторванными от межрегионального сообщения на электрическом автотранспорте. Важным является и то, что сообщение внутри самих регионов не налажено. В Вологодской области перемещение на ЭМ возможно лишь между гг. Вологдой и Череповцом, в то время как до других районов области доехать затруднительно. На территории Псковской области в

¹²¹ Владельцы электромобилей с 1 марта не будут платить за проезд по платным дорогам. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/vladelcy_elektromobiley_s_1_marta_ne_budut_platit_za_proezd_po_platnym_dorogam.html

двух городах расположено по одной ЭЗС. При выбранном показателе запаса хода перемещение между этими двумя пунктами не представляется возможным, но если путешественник будет использовать ЭМ с большим показателем, то он сможет доехать до данных зарядных станций.

Анализ размещения зарядной инфраструктуры в СЗФО показал, что не все регионы связаны между собой сетью ЭЗС. Данная проблема выражается в том, что туристы, желающие посетить тот или иной регион на электромобиле, не всегда смогут это сделать. С расширением зарядной инфраструктуры территории станут более доступными для посетителей, однако развитие электротранспорта должно происходить уже в настоящий момент. Определение уровня доступности зарядной инфраструктуры проводится в регионах округа, характеризующихся наибольшим количеством зарядных станций.

Значительным количеством ЭЗС (74 шт.) в СЗФО обладает г. Санкт-Петербург (рис. 4.11). Количество зарядных станций увеличивается от центра городу к периферии, т.е. к спальным районам. Практически полное отсутствие ЭЗС в центральном районе объясняется ограниченностью электросети к подключению столь энергозатратной техники, сложностью с присоединением зарядных станций к старинным зданиям, а также то, что строительство зарядной станции повлечет за собой нарушение внешнего вида архитектурного ансамбля города¹²². Обслуживанием и размещением новых зарядных станций в городе преимущественно занимается компания ПАО «Россети Ленэнерго». Однако можно встретить и частные ЭЗС, к таким относятся: ООО «Вольт», ООО «Ток Бокс Мобилити» (ЭЗС «Punkt E»), ООО «Яндекс» (ЭЗС «Яндекс.Заправки»). Информация о зарядных станциях для потребителей на сервисах Яндекс и Google Карты представлена ограниченно. При анализе было выявлено, что из 74 ЭЗС только у 16 станций можно проверить тип и скорость зарядки; причем медленные (9 шт.) преобладают над быстрыми (7 шт.).

В целом следует предположить, что большинство ЭЗС города относятся к медленному типу зарядки. Тем не менее выбранный показатель запаса хода больше величины протяженности города, поэтому плотное размещение зарядной инфраструктуры способствует поддержанию необходимого уровня зарядки ЭМ, позволяя туристам посетить все интересующие их культурно-исторические достопримечательности города, что свидетельствует о высоком уровне инфраструктурной доступности.

В Вологодской области концентрация ЭЗС наблюдается в административном центре г. Вологде и г. Череповце, которые обладают транспортной связанностью для путешествия на электромобиле. Перспективы развития электротранспорта г. Вологды закреплены в стратегии «ЭкоВологда-2030». В рамках проведенного Межрегионального форума «Электрофест Вологда-2022» были открыты новые ЭЗС, состоялся автопробег, работала выставка электромобилей¹²³. Хотя в областном цен-

¹²² Об утверждении Правил содержания и ремонта фасадов зданий и сооружений в Санкт-Петербурге: Постановление Правительства Санкт-Петербурга. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?doc_itself=&nd=131030895&page=1&rdk=4#I0

¹²³ «Электрофест-2022»: в Вологде начал работу форум по развитию электротранспорта. URL: <https://nia.eco/2022/09/09/45792>

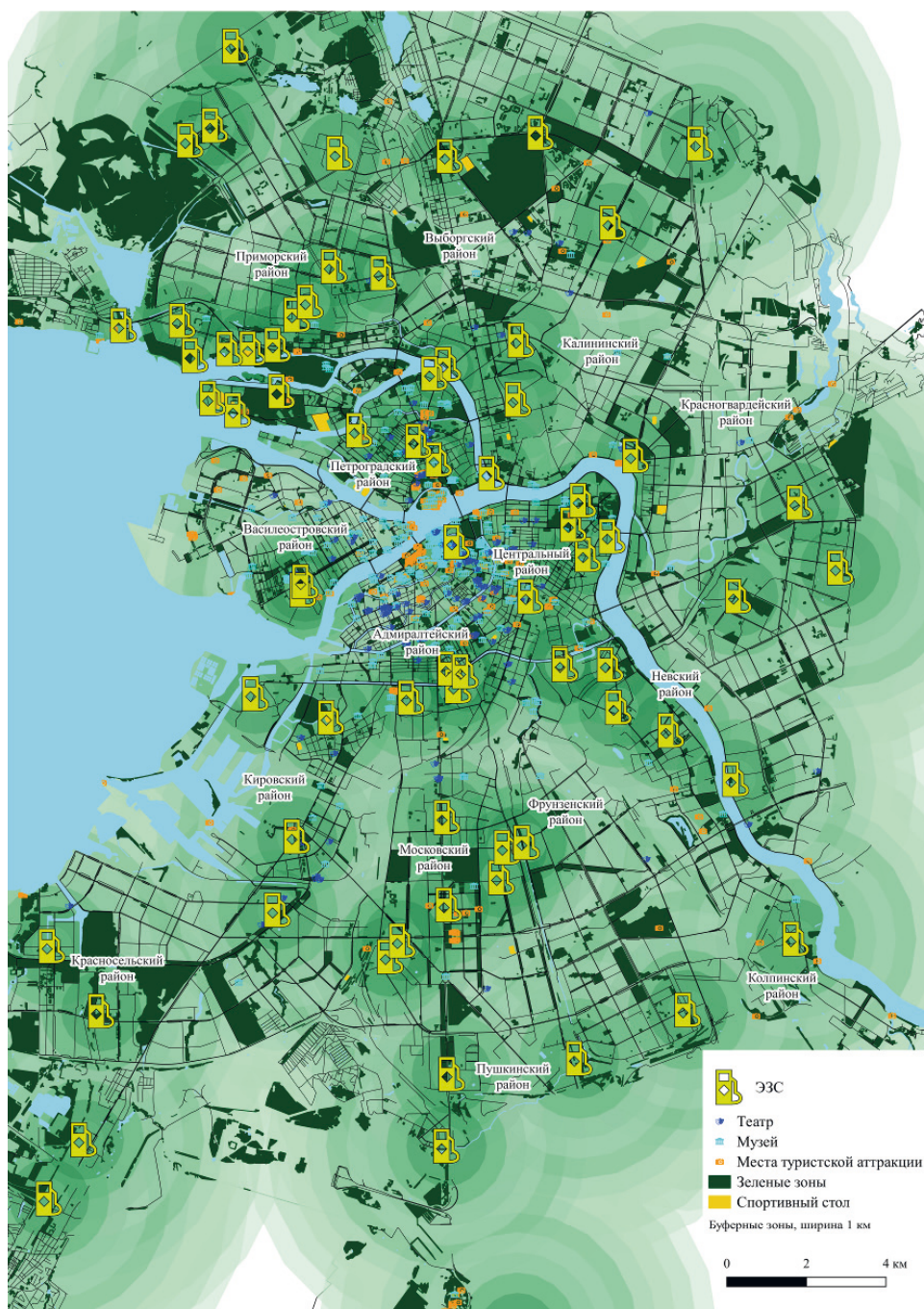


Рис. 4.11. Инфраструктурная доступность ЭЗС г. Санкт-Петербурга
 Источник: составлено авторами.

тре сосредоточены 9 ЭЗС (рис. 4.12), по другой информации их 15, но эти данные учитывают не саму инфраструктуру, а сумму кабелей для зарядки. Так, на одной зарядной станции может заряжаться несколько машин. Наиболее близко расположенная к объектам культурного и исторического наследия станция находится в историческом центре города. Данная ЭЗС является медленной и рассчитана на

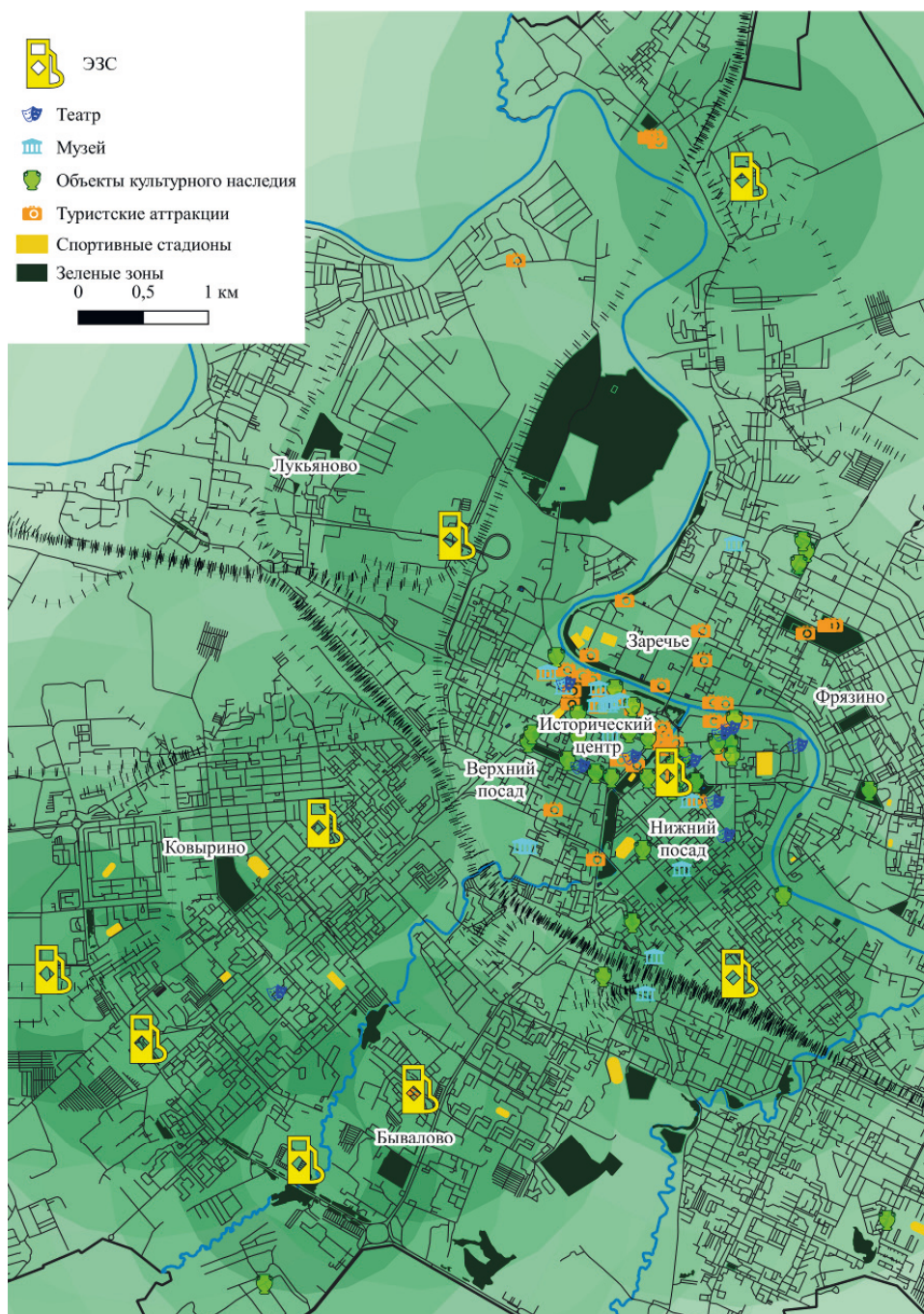


Рис. 4.12. Инфраструктурная доступность ЭЗС в г. Волгоде

Источник: составлено авторами.

зарядку всего двух электромобилей подряд, что в период наплыва туристов может стать для них проблемой. Несмотря на это, транспортное средство с выбранным показателем запаса хода сможет совершить поездку до исторического центра, не потратив и значительной части запаса электроэнергии. Зарядные станции преимущественно расположены на периферийных участках города и у торгово-развле-

кательных центров, что может быть связано с увеличением доступа жителей к ЭЗС. Что касается предоставления информации об ЭЗС в геоинформационных сервисах, то по этому поводу у вологодских объектов также наблюдаются проблемы.

О типе и скорости зарядки можно узнать только на двух объектах компании «Вольт» из 9 существующих в городе. Это приведет к затруднениям у туристов с выбором зарядной станции. Стоит отметить, что имеющееся количество ЭЗС при небольших размерах города и величине запаса хода 160 км можно считать оптимальным. Но это не отменяет важности развития зарядной инфраструктуры и увеличения количества быстрых зарядок.

В г. Череповце складывается похожая ситуация в размещении ЭЗС (рис. 4.13).

Всего здесь насчитывается 4 зарядные станции, одна из которых размещена в индустриальном районе города. Она наиболее приближена к туристским объектам, но не находится непосредственно рядом с ними: оставив электромобиль на зарядке, турист должен пройти до них небольшое расстояние. Остальные зарядные станции расположены на окраинах города, вдали от туристских объектов, что говорит о низком уровне их доступности в туристских целях.

В Великом Новгороде зафиксированы 6 ЭЗС (рис. 4.14). Наиболее приближенные к туристским объектам расположены на восточном берегу реки (Торговая сторона), что в целом затрудняет перемещение туристов, поскольку осмотреть историко-культурные объекты западного берега (Центр) во время зарядки транспортного средства возможно лишь при передвижении на стороннем транспорте. Остальные 4 станции размещены по окраинам города с целью повышения уровня их доступности для местных жителей. Для проведения туристских интерактивов Новгородский государственный объединенный музей-заповедник организует экскурсии по территории кремля на электромобилях¹²⁴ и планирует экскурсионные маршруты по музею народного деревянного зодчества «Витославицы»¹²⁵. Стоит отметить, что в геоинформационных сервисах информация о типе и скорости зарядных станций отсутствует. Тем не менее зарядная инфраструктура требует расширения даже с учетом того, что Новгородская область является вторым по количеству ЭЗС субъектом СЗФО.

Несмотря на то что Республика Карелия имеет транспортную связанность с Ленинградской областью, в г. Петрозаводске размещены всего 3 ЭЗС (рис. 4.15). Значительное количество туристских объектов приходится на одну из них (Центр), в то время как остальные находятся в пределах 5 км в спальных районах. Информация о зарядных станциях также отсутствует, что вкупе с незначительным количеством объектов говорит о низком уровне доступности зарядной инфраструктуры для туристов. О необходимости ее расширения заявляют и сами туристы¹²⁶ в силу того, что зачастую транспортное средство не может добраться до места следующей зарядки из-за большого расстояния между станциями.

¹²⁴ Новгородские музейщики запустили экскурсии по кремлю на электромобилях. URL: <https://www.interfax-russia.ru/northwest/news/novgorodskie-muzeyshchiki-zapustili-ekskursii-po-kremlyu-na-elektromobilyah>

¹²⁵ Туристы смогут прокатиться по «Витославицам» на электромобилях. URL: <https://novvedomosti.ru/news/culture/58824>

¹²⁶ На экоигле: стоит ли покупать электрокар для Карелии. URL: <https://karelinform.ru/news/2022-08-21/na-ekoigle-stoit-li-pokupat-elektrokar-dlya-karelii-2326440>

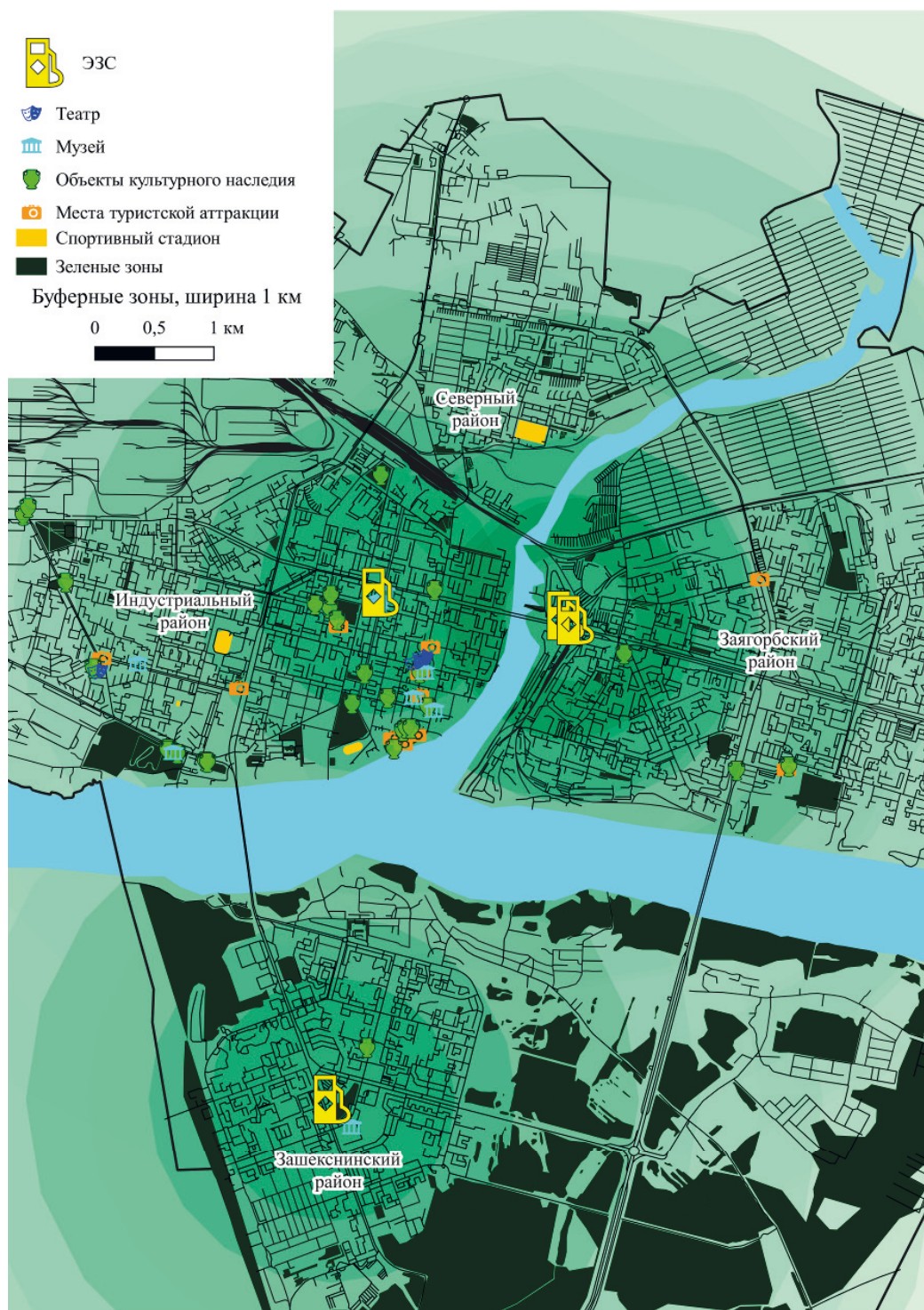


Рис. 4.13. Инфраструктурная доступность ЭЭС в г. Череповце
 Источник: составлено авторами.

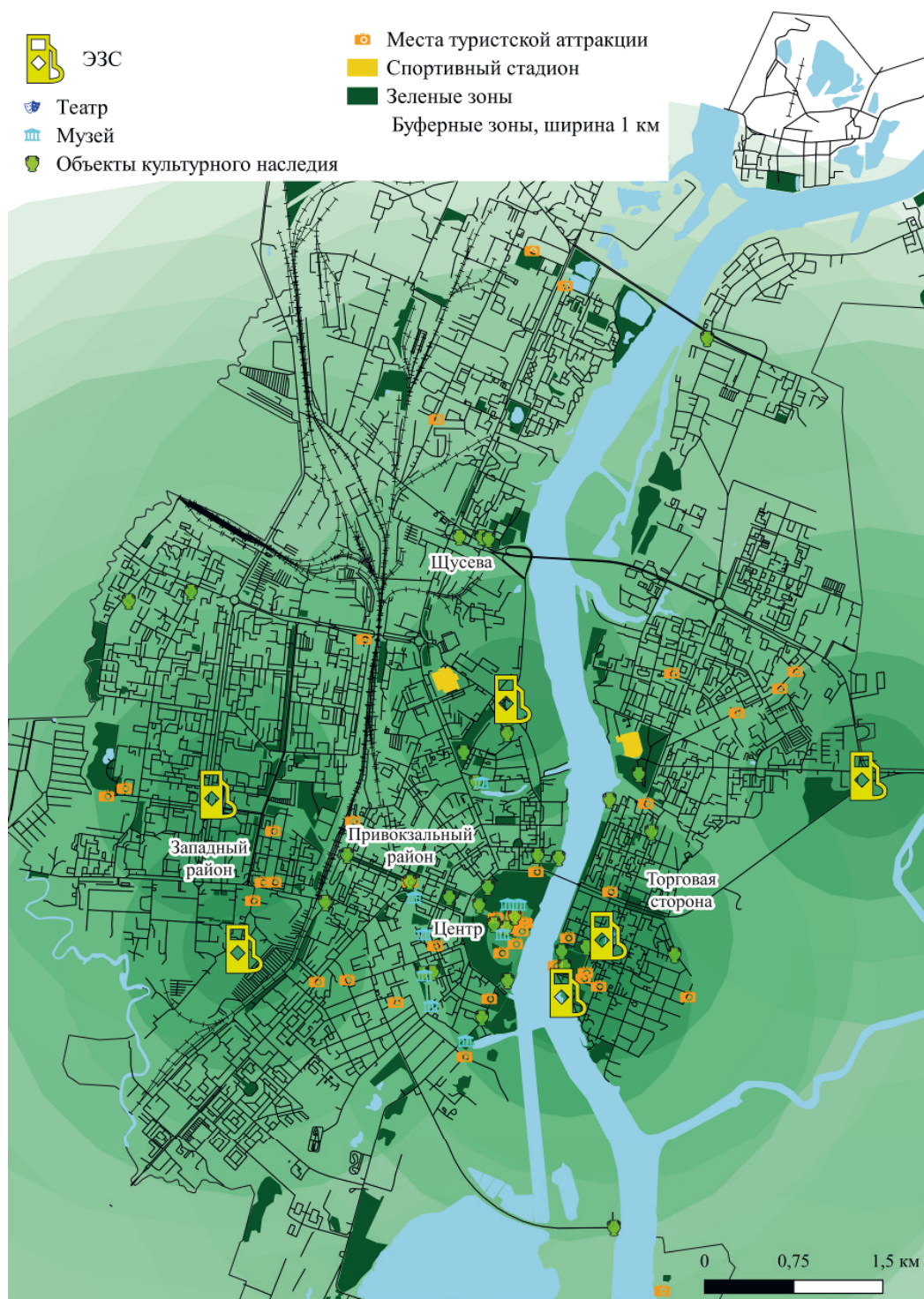


Рис. 4.14. Инфраструктурная доступность ЭЗС в г. Великом Новгороде
 Источник: составлено авторами.

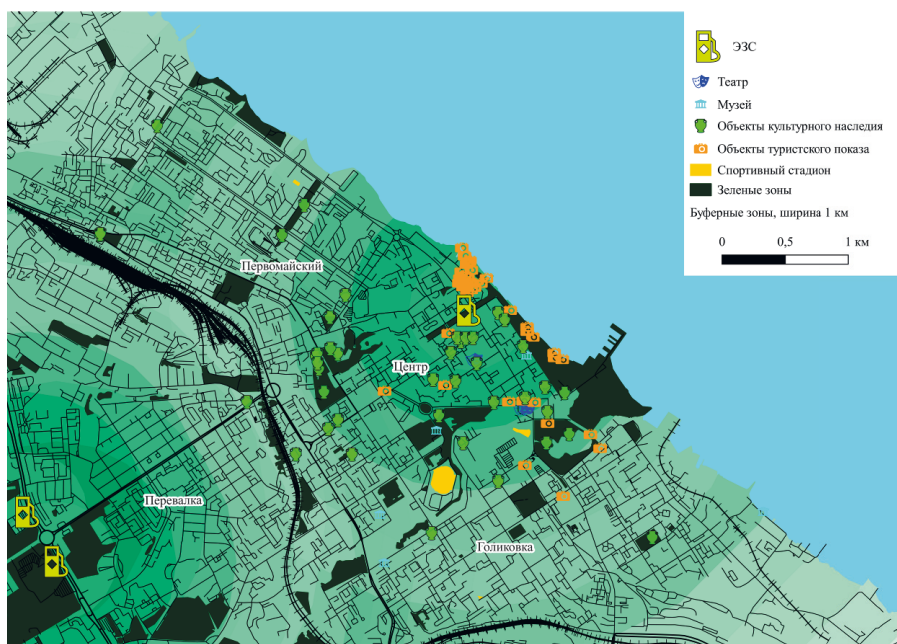


Рис. 4.15. Инфраструктурная доступность ЭЗС в г. Петрозаводске
Источник: составлено авторами.

В целом анализ зарядной инфраструктуры показал, что высоким уровнем доступности ЭЗС характеризуется только г. Санкт-Петербург, так как он является крупным деловым и экономическим центром СЗФО и России. Ее низкий уровень во всех остальных административных центрах на данный момент в очередной раз подтверждает необходимость активного развития зарядной инфраструктуры в регионах округа, что поспособствует активизации внутреннего автотуризма.

Проведенное нами исследование позволило проанализировать распределение зарядных станций в пространстве, оценить их доступность для туристов в межрегиональных и внутригородских поездках по показателю запаса хода. Данный показатель является одним из основных при выборе ЭМ потребителем, поэтому разработанная методика, демонстрирующая характеристики транспортного средства в пространственной среде, дает возможность туристу оценить перспективы своих будущих туристских поездок. Достоинствами методики выступают доступный для понимания потребителями показатель расчета, отображение результатов в картографических материалах, облегчающих восприятие проблемы на уровне территорий, и учет не обследуемых официальной статистикой факторов, влияющих на составление маршрута поездки. Отсутствие официальной статистики по количеству ЭЗС, скорости и типу кабеля для зарядки, численности автопарка ЭМ в регионах, пробегу транспортного средства, количеству заряжающихся на той или иной станции машин ограничивает проведение исследования. Кроме того, данные о количестве ЭЗС, собранные посредством открытых источников, могут быстро устаревать, что требует организации мониторинга зарядной инфраструктуры.

Результат геоинформационного моделирования выявил слабо обеспеченные зарядными станциями участки федеральных, региональных и местных дорог, что показало неготовность регионов к активному внедрению электромобилей. Нарастить их автопарк возможно при строительстве ЭЗС, либо опережающем покупке транспорта, либо параллельно с покупкой. Проблематика развития рынка электромобилей и зарядной инфраструктуры в России активно исследуется отечественными учеными [Семикашев и др., 2022; Евдокимов, Пономарев, 2022]. Для стимулирования потребителей к использованию электромобиля авторы предлагают скидки и льготные кредиты при его покупке, отмену транспортного налога, установление норм по доле электрического транспорта в сфере общественных перевозок, таких как такси, служба доставки и каршеринг. Последний вариант наиболее благоприятен для самостоятельных туристов, уже имеющих опыт вождения электромобиля, к тому же каршеринг, как подчеркивают многие эксперты [Егоров и др., 2019], является выгодным.

Особое внимание стоит уделить эффективному созданию зарядной инфраструктуры, поскольку рациональное размещение ЭЗС способствует более активному переходу населения к использованию электромобилей. Однако, ввиду отсутствия оперативной статистики, проведение качественного математического моделирования целесообразного размещения зарядных станций затруднительно. Отсюда следует необходимость повышения важности ведения подобной статистики.

Как известно, развитие автотуризма способно увеличить туристский поток в регионы. Из-за со слабо развитой зарядной инфраструктурой спрос на автопутешествия на электромобилях распределен неравномерно. Расширение сети ЭЗС содействует повышению мобильности населения. Это особенно важно в связи с реализацией национального проекта «Безопасные качественные дороги», предполагающего обновление дорожного полотна и совершенствование транспортной инфраструктуры, в том числе строительство электрических станций для зарядки электромобилей. В рамках нацпроекта планируется реализовать серию мероприятий по увеличению количества ЭЗС вдоль крупных магистралей¹²⁷. В целях привлечения средств инвесторов в создание зарядной инфраструктуры Министерство энергетики РФ предлагает скорректировать правила субсидируемых ЭЗС, в особенности расширить перечень мест, где можно размещать зарядные станции¹²⁸. Это подтверждает актуальность развития зарядной инфраструктуры в регионах России. Полученные в исследовании результаты обладают практической значимостью, так как способствуют выявлению слабо оборудованных участков зарядной инфраструктуры, обеспечивая туристам возможность выбора удобных для путешествия на электромобиле маршрутов, и могут быть использованы органами власти при проектировании размещения новых зарядных станций.

¹²⁷ Кабмин выбрал регионы под инфраструктуру для электротранспорта. URL: <https://национальныепроекты.рф/news/kabmin-vybral-regiony-pod-infrastrukturu-dlya-elektrotransporta>

¹²⁸ Минэнерго России предлагает расширить перечень мест для размещения субсидируемых электрозарядных станций. URL: <https://minenergo.gov.ru/node/23506>

Резюме по главе 4

Использование геоинформационного метода оценки доступности туристских объектов позволило следующее.

1. Проанализировать распределение объектов туристского интереса и придорожного сервиса в пространстве регионов для автотуристов с учетом временных издержек на путешествие. Преимуществом данного подхода является использование понятного для потребителя критерия – времени, а также проведение расчетов на основе открытых источников информации, которые во многом опережают данные статистики или отражают аспекты, не представленные в статистических ведомствах.

2. Определить доступность объектов туристской инфраструктуры в радиусе 300 км, рекомендованном для национальных маршрутов. Предлагаемый метод выявляет пробелы в распределении туристических объектов на территории, что позволяет оценить уровень их доступности для внутренних индивидуальных туристических поездок.

3. Провести оценку обеспеченности регионов СЗФО электрозаправочными станциями и оценить уровень их доступности для межрегиональных и внутригородских путешествий. Используемый подход основывается на показателях запаса хода электромобиля, данных о количестве ЭЗС из открытых источников. Результаты исследования показали слабо доступные участки для туристического путешествия на электромобиле.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие российских территорий в значительной степени определяется полнотой использования потенциала факторов развития региональных социально-экономических подсистем, в числе которых выступает туризм. Нестабильная геополитическая ситуация лишь подчеркивает важность опоры на внутренние источники роста для обеспечения позитивной динамики российской экономики.

Потенциал туристической отрасли рассматривается органами власти как перспективный фактор развития, имеющий высокий мультипликативный эффект. Проведенное исследование показало, что в России сохраняют актуальность проблемы, связанные с оценкой влияния на экономику изменения спроса населения на туристические услуги, с определением объема туристского выпуска в экономике страны и регионов, выявлением доступности для туристов объектов туристической инфраструктуры. Решение этих задач возможно на основе методологии межотраслевого баланса и геоинформационного моделирования.

Наиболее разработанными являются вопросы развития теории и методологии моделирования и прогнозирования развития туристской отрасли на основе межотраслевого баланса. Использование этого метода дает возможность проводить расчет эффектов для экономики при изменении спроса на конечную продукцию отрасли. Результаты проведенного нами моделирования потребления туристских услуг в России показали, что выполнение заложенных в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» темпов потребления туристских услуг потребует значительных усилий государства, связанных не только с развитием туристской отрасли, но и с повышением уровня доходов граждан.

Углубленный анализ потребления туристских услуг в российских регионах выявил наличие диспропорций между величиной туристского потока и развитостью соответствующей инфраструктуры. На примере регионов Северо-Запада России обнаружены значительная дифференциация развития туризма и нереализованный спрос на туристские услуги макрорегиона у жителей страны и макрорегиона.

На основании результатов геоинформационного моделирования оценки доступности туристских объектов на примере регионов Северо-Запада России определены временные затраты путешественника на поездку до места назначения с учетом текущего состояния дорожного покрытия. Предложенная в исследовании методика измерения доступности объектов придорожного сервиса с учетом типа дорожного покрытия помогает более объективно оценить временные затраты на путешествие, выявить слабооборудованные участки трассы и модернизировать

их, тем самым улучшив комфортность путешествия. С помощью используемого в исследовании подхода к оценке обеспеченности регионов СЗФО электрозаправочными станциями выявлены малодоступные участки автотрасс для совершения туристического путешествия на электромобиле. Для Вологодской области определена доступность объектов туристской инфраструктуры в радиусе 300 км, рекомендованном для создания национальных туристских маршрутов.

Разработанные коллективом авторов предложения и рекомендации направлены на повышение использования туристического потенциала территорий и усиление роли туризма в национальной и региональной экономике. Обеспечение перехода российской экономики на путь развития внутреннего рынка позволит снизить зависимость от внешнеэкономической конъюнктуры и нарастить потребление товаров и услуг, производимых внутри страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Аймалетдинов Т.А., Гриценко В.И., Долгова О.А. (2019). Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Аналитический центр НАФИ. Москва: НАФИ. 50 с.

Александрова А.Ю. (2002). Международный туризм: учеб. пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс. 464 с.

Беляков А. (2015). О наиболее значимом варианте структурных преобразований российской экономики // Общество и экономика. № 8-9. С. 201–206.

Бочко В.С. (2015). Ускоряющие и сдерживающие факторы скоординированного и балансируемого развития регионов // Экономика региона. № 1. С. 39–52.

Виды туризма и география турпотоков в зеркале пандемии COVID-19 (2022) / под ред. А.Г. Манакова. Псков: Псковский гос. ун-т. 214 с.

Волгин А.В., Евдокимов М.Ю., Крылов П.М. (2019). Транспортно-тарифная доступность рекреационных объектов Московской области // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Естественные науки. № 3. С. 27–40. DOI: 10.18384/2310-7189-2019-3-27-40

Гаевский В.В., Одиноква И.В. (2019). Влияние автомобилей с ДВС и электромобилей на окружающую среду: сравнение и оценка факторов воздействия // Мир транспорта. Т. 17. № 3. С. 220–231. DOI: 10.30932/1992-3252-2019-17-3-220-231

Гранберг А.Г. (2000). Основы региональной экономики. Москва: ГУ-ВШЭ. 496 с.

Григоренко Т.Н., Казьмина Л.Н. (2015). Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // Вестник Национальной академии туризма. № 4. С. 14–17.

Гунаре М., Афанасьев О.Е. (2020). Индивидуальный туризм в ожидании перемен // Современные проблемы сервиса и туризма. Т. 4. № 2 (89). С. 197–204.

Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю. (2016). Теоретические аспекты формирования стратегии развития сферы рекреации и туризма в регионе // Управленческое консультирование. № 4. С. 150–157.

Донскова Л.И., Баранников А.Л., Маковецкий М.Ю. (2022). Состояние внутреннего туризма в России в современный период: количественный и качественный анализ // Вестник Академии знаний. № 52 (5). С. 127–136.

Евдокимов Д.Ю., Пономарев Ю.Ю. (2022). Развитие электрозаправочной инфраструктуры в регионах России: сценарный анализ // Экономическое развитие России. Т. 29. № 11. С. 59–76.

Егоров Е.Е., Булганина С.В., К.В. Белоусова, Лабазова А.В. (2019). Оценка спроса на услуги аренды автомобилей // Глобальный научный потенциал. № 4. С. 169–172.

Ершов М.В., Танасова А.С., Соколова Е.Ю. (2021). О механизмах стимулирования внутреннего спроса как ключевого фактора роста экономики // Экономика региона. Т. 17. Вып. 1. С. 114–129. URL: <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2021-1-9>

Зюляев Н.А. (2017). Эконометрический анализ спроса россиян на внутренний туризм // Российское предпринимательство. Т. 18. № 4. С. 461–470. DOI: 10.18334/rp.18.4.37538

Иванов И.А., Васильева Т.В., Красильникова И.Н., Манаков А.Г. (2022). Внутренний туризм в муниципальных образованиях СЗФО: статистические оценки и влияние пандемии COVID-19 // Известия Русского географического общества. Т. 154. № 5-6. С. 59–72. DOI: 10.31857/S0869607122050044

Квинт В.Л. (2019). Концепция стратегирования: в 2-х т. Санкт-Петербург: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС. Т. 1. 132 с.

Кожевников С.А., Секушина И.А. (2021). Межрегиональное сотрудничество: опыт регионов Европейского Севера России // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. Т. 23. № 4. С. 56–70. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2021.4.5

Колосовский Н.Н. (1958). Основы экономического районирования. Москва: Гос. изд-во полит. лит-ры. 200 с.

Кондратьева С.В. (2022). Развитие туризма в регионах Европейского Севера // Арктика и Север. № 47. С. 164–187. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2022.47.164

Кувалин Д.Б. (2021). Почему необходимо поддерживать жилищное строительство // Жилищные стратегии. Т. 8. № 1. С. 7–9. DOI: 10.18334/zhs.8.1.112447

Кудревич А.Ю. (2023). Оценка инфраструктурной доступности электрозаправочных станций в регионах Северо-Запада России в целях // Вопросы территориального развития. Т. 11. № 1. DOI: 10.15838/tdi.2023.1.63.4

Лавриненко П.А., Ромашина А.А., Степанов П.С., Чистяков П.А. (2019). Транспортная доступность как индикатор развития региона // Проблемы прогнозирования. № 6 (177). С. 136–146.

Лаврова Т.А. (2020). Анализ экономического состояния индустрии туризма Российской Федерации в условиях распространения COVID-19 // Вестник Национальной академии туризма. № 4. С. 10–13.

Лебедев Ю.А. (2022). Влияние отработавших газов автомобиля на окружающую среду и организм человека // Научный вестник Вольского военного института материального обеспечения: военно-научный журнал. № 1. С. 36–39.

Леонидова Е.Г. (2016). Стимулирование развития внутреннего туризма: отечественный и зарубежный опыт // Вопросы территориального развития. № 3 (33). URL: <http://vtr.isert-ran.ru/article/1886>

Леонидова Е.Г. (2018). Проблемы управления и развития сферы внутреннего туризма // Проблемы развития территории. № 6 (98). С. 64–73. DOI: 10.15838/ptd.2018.6.98.4

Леонидова Е.Г. (2020). Развитие региона на основе активизации внутренних факторов // Уровень жизни населения регионов России. Т. 16. № 3. С. 70–81. DOI: 10.19181/lsprr.2020.16.3.6

Леонидова Е.Г. (2020). Стимулирование конечного потребления в контексте снижения регионального неравенства // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 13. № 3. С. 59–73. DOI: 10.15838/esc.2020.3.69.5

Леонидова Е.Г. (2020). Стратегический ресурс развития региона / под науч. ред. Т.В. Усковой. Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН. 141 с.

Леонидова Е.Г. (2021). Туризм в России в условиях COVID-19: оценка экономического эффекта от стимулирования спроса для страны и регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 14. № 2. С. 59–74. DOI: 10.15838/esc.2021.2.74.4

Леонидова Е.Г. (2022). Приоритеты и угрозы развития регионального туризма // Регионоведение. Т. 30. № 3. С. 624–646. DOI: 10.15507/2413-1407.120.030.202203.624-646

Леонидова Е.Г., Кудревич А.Ю. (2022). Оценка временной доступности придорожного сервиса в регионе в контексте роста потребления туристских услуг // Проблемы развития территории. 2022. Т. 26. № 5. С. 39–56. DOI: 10.15838/ptd.2022.5.121.4

Леонидова Е.Г., Румянцев Н.М. (2020). К вопросу об активизации потребительского и инвестиционного внутреннего спроса // Проблемы развития территории. № 1 (105). С. 52–63. DOI: 10.15838/ptd.2020.1.105.4

Леонидова Е.Г., Румянцев Н.М. (2023). Сценарное моделирование потребления туристских услуг в России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 16. № 2. С. 35–51. DOI: 10.15838/esc.2023.2.86.2

Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. (2019). Структурные изменения экономики: поиск отраслевых драйверов роста // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 12. № 6. С. 166–181. DOI: 10.15838/esc.2019.6.66.9

Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. (2023). Оценка и прогноз внутреннего туристического потребления в России // Проблемы прогнозирования. № 1 (196). С. 193–205. DOI: 10.47711/0868-6351-196-193-205

Лобан И.И., Шепелевич С.Н. (2015). Сателлитный счет по туризму: история развития и внедрения в Республике Беларусь // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. № 3. С. 32–38.

Лукин Е.В. (2017). Направления использования межотраслевого баланса в анализе и моделировании развития социально-экономических систем // Вопросы территориального развития. № 1 (36). URL: <http://vtr.vscs.ac.ru/article/2125>

Лукин Е.В., Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. (2018). Стимулирование внутреннего спроса как фактора экономического роста (на примере сферы внутреннего туризма) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 11. № 4. С. 125–143. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8

Морошкина М.В., Кондратьева С.В. (2021). Региональная доступность как фактор развития туристского направления // Регионология. Т. 29. № 1. С. 60–81. DOI: 10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081

Мусаев Р.А., Малахов А.А. (2019). Влияние бюджетных расходов на динамику внутреннего спроса в экономике России // Вестник Института экономики Российской академии наук. № 1. С. 27–46. DOI: 10.24411/2073-6487-2019-10002

Невейкина Н.В. (2014). Факторы развития региона // Ученые записки Орловского государственного университета. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. № 1. С. 78–85.

Никишин С. А., Сухина Е.А., Дядченко С.Ф. (2022). Проблемы организации и развития инфраструктуры для экологичных видов транспорта в России // Градостроительство и архитектура. Т. 12. № 2. С. 175–185. DOI: 10.17673/10.17673/Vestnik.2022.02.22

Нуреев Р.М. (2019). Институциональная экономика: учеб. пособие. Москва: Норма: ИНФРА-М. 472 с.

Овчаров А.О. (2014). Классификация видов экономической деятельности в туристском сегменте экономики // Вопросы статистики. № 8. С. 40–45. DOI: 10.34023/2313-6383-2014-0-8-40-45

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

Орлова В.С. (2021). Потенциал сферы туризма и рекреации Европейского Севера: оценка и направления развития в условиях освоения Арктики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 14. № 1. С. 141–153. DOI: 10.15838/esc.2021.1.73.10

Павлюк Я.В., Алейников А.С. (2019). Особенности геоинформационного моделирования туристско-рекреационного потенциала (на примере Белгородской области) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 5. № 2. С. 26–45. DOI: 10.18413/2408-9338-2019-5-2-0-4

Пелегов Д.В., Еременко Г.А. (2020). Государственная поддержка электрического транспорта в Китае: причины, меры и перспективы // Экономика региона. Т. 16. № 3. С. 921–934. DOI: 10.17059/ekon.reg.2020-3-19

Поспелова С.В., Кутыева Э.Р. (2022). Ресурсы развития этнического туризма на территории Арктической части России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. № 3. С. 211–214.

Потапенко В.В., Широков А.А. (2021). Особенности прогнозирования потребления домашних хозяйств в условиях структурной неоднородности доходов и цен // Проблемы прогнозирования. № 1. С. 6–18.

Потапов И.А. (2016). Методические подходы к анализу транспортно-географического положения (на примере Архангельской области) // Сервис в России и за рубежом. Т. 10. № 4. С. 43–55. DOI: 10.12737/20182

Рубцова Н.В. (2015). Социально-экономическая эффективность туристской деятельности: теория, методология, практика. Иркутск: БГУЭП. 212 с.

Сафиуллин М.Р. (2021). Придорожный сервис региона как условие развития внутреннего туризма (на примере Республики Башкортостан) // Геополитика и экогеодинамика регионов. Т. 7. № 1. С. 170–174. DOI: 10.37279/2309-7663-2021-7-1-170-174

Семикашев В.В., Колпаков А.Ю., Яковлев А.А., Ростовский Й.К. (2022). Развитие рынка электромобилей в России как необходимое условие получения выгод от глобального тренда на электрификацию // Проблемы прогнозирования. № 3. С. 52–63. DOI: 10.47711/0868-6351-192-52-63

Сидоров М.А. (2021). Развитие цепочек создания стоимости как фактор регионального экономического роста // Проблемы развития территории. Т. 25. № 3. С. 23–37. DOI: 10.15838/ptd.2021.3.113.2

Симонян Г.А., Сарян А.А. (2022). Стратегические цели и задачи развития внутреннего туризма в новых условиях // Современная научная мысль. С. 266–273. DOI: 10.24412/2308-264X-2022-6-273-277

Сорокин Д.Е., Шарафутдинов Д.Е., Онищенко Е.В. (2017). О проблемах стратегирования развития туризма в регионах России (на примере Краснодарского края и города-курорта Сочи) // Экономика региона. Т. 13. Вып. 3. С. 764–776.

Тимохин Д.В., Аллахвердиева Л.М., Койшинова Г.К. (2020). Развитие туристической России в условиях рисков распространения COVID-19 на основе модели «экономического креста» // Экономика, предпринимательство и право. № 11. С. 2791–2804.

Токарев Б.Е., Крупенкова Ю.А. (2016). Анализ состояния мирового рынка электромобилей // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. № 3. С. 99–105.

Ускова Т.В. (2009). Управление устойчивым развитием региона. Вологда: ИСЭРТ РАН. 355 с.

Ускова Т.В., Лукин Е.В., Воронцова Т.В., Смирнова Т.Г. (2013). Проблемы экономического роста территории. Вологда: ИСЭРТ РАН. 240 с.

Чернявский А.В., Чепель А.А. (2021). Оценка межотраслевых мультипликаторов на национальном и региональном уровнях на основе таблиц «затраты – выпуск» // Вопросы экономики. № 4. С. 32–57.

Шаньгин А.И. (2013). Электромобили как экологически чистый вид транспорта // Экология и научно-технический прогресс. Урбанистика. Т. 2. С. 515–524.

Шаститко А.Е. (2009). Кластеры как форма пространственной организации экономической деятельности: теория вопроса и эмпирические наблюдения // Балтийский регион. № 2. С. 1–24.

Шелег Н.С., Коротыш Д.П. (2020). Экономико-географическая оценка потенциала объектов придорожного сервиса на магистральных автомобильных дорогах Республики Беларусь // Весці БДПУ. Т. 3. № 1. С. 62–68.

Широв А.А., Брусенцева А.Р., Савчишина К.Е., Каминова С.В. (2022). Прогнозно-аналитические возможности макроэкономических моделей в условиях кризисного развития экономики (на примере модели QUMMIR) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 15. № 6. С. 35–51. DOI: 10.15838/esc.2022.6.84.2

Широв А.А., Потапенко В.В. (2020). Парадокс российского потребления // ЭКО. № 6. С. 8–25. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2020-6-8-25

Широв А.А., Янтовский А.А. (2011). Оценка мультипликативных эффектов в экономике. Возможности и ограничения // ЭКО. № 2. С. 40–58.

Шостак Л. (2001). Механизм инициирования роста государств постплановой экономики // Экономика Украины. № 11. С. 50–56.

Яковлев А.А., Балаева О.Н., Предводителя М.Д., Мисихина С.Г., Ершова Н.В. (2021). Кризис или новая реальность: влияние пандемии на российский сектор туризма // ЭКО. № 5. С. 53–76.

Яковчук А.А. (2020). Проблемы развития туристской отрасли в регионах Арктической зоны Российской Федерации // Арктика и Север. № 38. С. 56–72. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2020.38.5656

AlKahtani S.J.H., Xia J.C., Veenendaaland B., Caulfield C., Hughes M. (2015). Building a conceptual framework for determining individual differences of accessibility to tourist attractions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 28–42. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.05.002

Arbulú I., Razumova M., Rey-Maqueira J., Sastre F. (2021). Can domestic tourism relieve the COVID-19 tourist industry crisis? The case of Spain. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20, 1–12.

Artal-Tur A., Navarro-Azorín J.M., Ramos-Parreño J.M. (2020). Measuring the economic contribution of tourism to destinations within an input-output framework: some methodological issues. *Portuguese Economic Journal*, 19, 243–265. URL: <https://doi.org/10.1007/s10258-019-00167-y>

Asamer J., Reinthaler M., Ruthmair M., Straub M., Puchinger J. (2016). Optimizing charging station locations for urban taxi providers. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 85, 233–246. DOI: 10.1016/j.tra.2016.01.014

Athanasopoulos G., Hyndman R.J., Song H., Wu D.C. (2011). The tourism forecasting competition. *International Journal of Forecasting*, 27 (3), 822–844. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2010.04.009>

Balaguer J., Cantavella-Jordá M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish Case. *Applied economics*, 34 (7), 877–884.

Baretje R., Defert P. (1973). Aspects économiques du Tourisme. *Revue de Géographie Alpine*, 61 (2), 319–320.

Briedenhann J., Wickens E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25 (1), 71–79. DOI: 10.1016/S0261-5177(03)00063-3

Ceccato R., Deflorio F., Diana M., Pirra M. (2020). Measure of urban accessibility provided by transport services in Turin: A traveller perspective through a mobility survey. *Transportation Research Procedia*, 45, 301–308. DOI: 10.1016/j.trpro.2020.03.020

Clawson M., Knetsch J.L. (1996). *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Csisz'ar C., Csonka B., Földes D., Wirth E., Lovas T. (2019). Urban public charging station locating method for electric vehicles based on land use approach. *Journal of Transport Geography*, 74, 173–180. DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2018.11.016

Dong G., Ma J., Wei R., Haycox J. (2019). Electric vehicle charging point placement optimisation by exploiting spatial statistics and maximal coverage location models. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 67, 77–88. DOI: 10.1016/j.trd.2018.11.005

Ettema D., Friman M., Garling T., Olsson L.E., Fujii S. (2012). How in-vehicle activities affect work commuters' satisfaction with public transport. *Journal of Transport Geography*, 24, 215–222.

Fei J.C.H., Ranis G. (1961). A Theory of Economic Development. *The American Economic Review*, 51, 533–565.

Feng J., Yang J., Li Y. [et al.] (2021). Load forecasting of electric vehicle charging station based on grey theory and neural network. *Energy Rep.*, 7, 487–492.

Fredriksson H., Dahl M., Holmgren J. (2019). Optimal placement of Charging Stations for Electric Vehicles in large-scale Transportation Networks. *Procedia Computer Science*, 160, 77–84.

Gehrke S.R., Akhavan A., Furth P.G., Wang Q., Reardon T.G. (2020). A cycling-focused accessibility tool to support regional bike network connectivity. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 85, 102388. DOI: 10.1016/j.trd.2020.102388

Gossling S., Scott S., Hall M. (2021). Pandemics, Tourism, and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29, 1–20.

Gray H.P. (1970). *International Travel – International Trade*. Heath Lexington Books.

Guanpeng D., Jing M., Ran W., Jonathan H. (2019). Electric vehicle charging point placement optimisation by exploiting spatial statistics and maximal coverage location models. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 67, 77–88. DOI: 10.1016/j.trd.2018.11.005

Hadad S., Hadad Y., Malul M., Rosenboim M. (2012). The economic efficiency of the tourism industry: A global comparison. *Tourism Economics*, 18 (5), 931–940. DOI: 10.5367/te.2012.0165

Hall C.M. (2015). On the mobility of tourism mobilities. *Current Issues in Tourism*, 18 (1), 7–10. URL: <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.971719>

Hirschman A. (1958). *The Strategy of Economic Development*. Yale University Press. New Haven.

Hooper J. (2015). A destination too far? Modelling destination accessibility and distance decay in tourism. *Geojournal*, 80 (1), 33–46. DOI: 10.1007/s10708-014-9536-z

Hoque A., Shikha F.A., Hasanat M.W., Arif I., Hamid A.B.A. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3 (10, 3, 1–7.

Jeemin S., Sugie L. (2022). Who gives up a private car for a car-sharing service? An empirical case study of Incheon City. *International Journal of Sustainable Transportation*, 16, 875–886. DOI: 10.1080/15568318.2021.1949077

Jones P., Comfort D. (2020). The COVID-19 Crisis and Sustainability in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32 (10), 3037–3050. DOI: 10.1108/IJCHM-04-2020-0357

Kolondinskaja J., Bertuliene L. (2020). Layout of rest arears and their infrastructure development in the south-eastern region of Lithuania. *The Baltic Journal of Road and Bridge Engineering*, 15, 130–145. DOI: 10.7250/bjrbe.2020-15.488

Kreiner N.C., Ram Y. (2021). National tourism strategies during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 89, 103076.

Kronenberg K., Fuchs M., Lexhagen M. (2018). A multi-period perspective on tourism's economic contribution – A regional input-output analysis for Sweden. *Tourism Review*, 73 (1), 94–110. URL: <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0044>

Krugman P., Wells R. (2006). *Economics*. Worth Publisher.

Lee C. G. (2021). Tourism-led growth hypothesis: International tourism versus domestic tourism-Evidence from China. *International Journal of Tourism Research*, 23 (5), 881–890. URL: <https://doi.org/10.1002/jtr.2450>

Lee Chien-Chiang, Chen Mei-Ping, Wu Wenmin, Xing Wenwu (2021). The impacts of ICTs on tourism development: International evidence based on a panel quantile approach, *Information Technology & Tourism*. Springer, 23 (40), 509–547.

Lee J.H., Chakraborty D., Hardman S.J., Tal G. (2020). Exploring electric vehicle charging patterns: Mixed usage of charging infrastructure. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 79, 102249. DOI: 10.1016/j.trd.2020.102249

Lewis W.A. (1954). *Economic Development with Unlimited Supplies of Labor*. Manchester School. May, 22, 139–191.

Ling L., Jingjing L., Tang L., Wang S. (2019). Balancing Tourism's Economic Benefit and CO2 Emissions: An Insight from S. Input–Output and Tourism Satellite Account Analysis. *Sustainability*, 11 (4), 1052. URL: <https://doi.org/10.3390/su11041052>

Marrocu E., Paci R. (2011). They arrive with new information. Tourism flows and production efficiency in the European regions. *Tourism Management*, 32 (4), 750–758. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.06.010

Marrocu E., Paci R. (2013). Different tourists to different destinations. Evidence from spatial interaction models. *Tourism Management*, 39, 71–83. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.10.009

McKinnon R. (1964). Foreign exchange constraints in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388–409.

Myrdal G. (1968). *Asian Drama. An Inquiry into the Poverty of Nations*, 1–3. New York.

Nguyen C.P., Su T.D. (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 85, 103063. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103063>

Park D., Kim J., Kim W.G., Park H. (2019). Does distance matter? Examining the distance effect on tourists' multi-attraction travel behaviors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (6), 693–710. DOI: 10.1080/10548408.2019.1624243

Park J.S., Seo Y.-J. (2016). The impact of seaports on the regional economies in South Korea: Panel evidence from the augmented Solow model. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 85, 107–119. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tre.2015.11.009>

Patandianan M.V., Shibusawa H. (2020). Evaluating the Spatial Spillover Effects of Tourism Demand in Shizuoka Prefecture, Japan: an Inter-Regional Input–Output Model. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, 4, 73–90. DOI: 10.1007/S41685-019-00111-0

Ransford A., Ernest A., Augustine Y. (2023). Is ride-hailing a step closer to personal car use? Exploring associations between car-based ride-hailing and car ownership and use aspirations among young adults. *Travel Behaviour and Society*, 23. DOI: 10.1016/j.tbs.2023.100614

Raza S.A., Shah N., Kumar R.R., Alam M.S. (2023). Tourism Growth, Income Inequality and the Dependence Between Their Quantiles: Evidence from Quantile on Quantile Approach. In: Okumus F., Rasoolimanesh S.M., Jahani S. (eds.). *Cutting Edge Research Methods in Hospitality and Tourism*, Emerald Publishing Limited, Bingley. URL: <https://doi.org/10.1108/978-1-80455-063-220231006>

Reitsamer B.F., Brunner-Sperdin A. (2017). Tourist destination perception and well-being: What makes a destination attractive? *Journal of Vacation Marketing*, 23 (1), 55–72. DOI: 10.1177/1356766715615914

Ren X., Zhang H., Hu R., Qiu Y. (2019). Location of electric vehicle charging stations: A perspective using the grey decision-making model. *Energy*, 173, 548–553. DOI: 10.1016/j.energy.2019.02.015

Rogerson C.M, Rogerson J.M. (2021). COVID-19 and Changing Tourism Demand: Research Review and Policy Implications for South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10 (1), 1–21. DOI: <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-83>

Romer P. (1992). Increasing Returns and New Developments in the Theory of Growth. NBER Working paper.

Romo-Martin A., Perez-Acebo H. (2019). Service and rest areas in toll motorways in Poland: Study of distribution and facilities. *Transport Problems*, 14, 155–164. DOI: 10.20858/tp.2019.14.2.14

Schubert F.S., Brida J.G., Risso W.A. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent of tourism. *Tourism Management*, 32 (2), 377–385.

Sica L., Deflorio F. (2023). Estimation of charging demand for electric vehicles by discrete choice models and numerical simulations: Application to a case study in Turin. *Green Energy and Intelligent Transportation*, 2, 100069. DOI: 10.1016/j.geits.2023.100069

Tao S., Corcoran J., Rowe F., Hickman M. (2018). To travel or not to travel: “Weather” is the question. Modelling the effect of local weather conditions on bus ridership. *Transportation Research part C: Emerging Technologies*, 86, 147–167.

Vale D. (2020). Effective accessibility: Using effective speed to measure accessibility by cost. *Transportation Research Part D: Transport and Environment: Transport and Environment*, 80, e102263. DOI: 10.1016/j.trd.2020.102263

World Tourism Organization and Organization of American States (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Good Practices in the Americas*. UNWTO. Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419685>

Woyo E. (2021). The Sustainability of Using Domestic Tourism as a Post-COVID-19 Recovery Strategy in a Distressed Destination. In: Wörndl W., Koo C., Stienmetz J.L. (eds). *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_46

Wu D.C., Cao C., Liu W., Chen J.L. (2022). Impact of domestic tourism on economy under COVID-19: The perspective of tourism satellite accounts. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3 (2), 100055. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100055>

Yu Z., Leiming L. (2022). Research on travelers’ transportation mode choice between carsharing and private cars based on the logit dynamic evolutionary game model. *Economics of Transportation*, 29. DOI: 10.1016/j.ecotra.2021.100246

Yu Z., Wu Z., Li Q., Bai Q. (2022). A map matching-based method for electric vehicle charging station placement at directional road segment level. *Sustainable Cities and Society*, 84, 103987. DOI: 10.1016/j.scs.2022.103987

Zhouhao W., Yaxiang L., Xin W. [et al.] (2021). Mining factors affecting taxi detour behavior from GPS traces at directional road segment level. *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*, 23, 1–11. DOI: 10.1109/tits.2021.3074976

Zhu Y., Diao M. (2020). Crowdsourcing-data-based dynamic measures of accessibility to business establishments and individual destination choices. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 87, 102382. DOI: 10.1016/j.trd.2020.102382

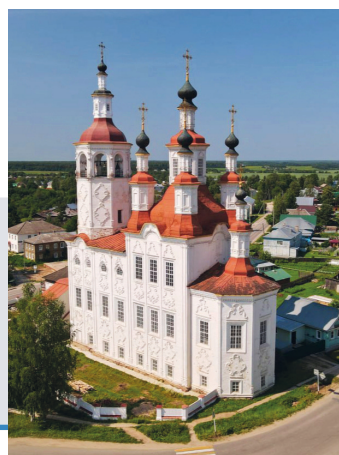
На обложке издания использованы фотографии
из личного архива авторов



Вологодский кремль (г. Вологда)



Храм Входа Господня в Иерусалим
(г. Тотьма Вологодской области)



Кирилло-Белозерский монастырь
(г. Кириллов Вологодской области)



Архитектурно-этнографический музей
Вологодской области «Семёнкovo»
(д. Семёнкovo Вологодского района
Вологодской области)



Усадьба Гальских (г. Череповец)



Вотчина Деда Мороза
(г. Великий Устюг Вологодской области)



Усадьба Брянчаниновых
(с. Покровское Грязовецкого района
Вологодской области)



Череповецкий металлургический
комбинат ПАО «Северсталь»
(г. Череповец)



Соборное дворище
(г. Великий Устюг Вологодской области)



Геологическое обнажение Опоки
(Великоустюгский район
Вологодской области)



Гостевая деревня «Ежезеро»
(д. Ежезерский Погост Вытегорского
района Вологодской области)



Научное издание

Леонидова Екатерина Георгиевна
Лукин Евгений Владимирович
Румянцев Никита Михайлович
Сидоров Максим Андреевич
Кудревич Арина Юрьевна

Под научным руководством Т.В. Усковой

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Редакционная подготовка	Л.Н. Воронина
Верстка	М.В. Чумаченко
Корректор	В.М. Кузнецова

Подписано в печать 25.12.2023
Формат 70×108¹/₁₆. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 13,04. Тираж 500 экз. Заказ № 57

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук» (ФГБУН ВолНЦ РАН)

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а
Телефон: (8172) 59-78-03, e-mail: common@volnc.ru

ISBN 978-5-93299-588-4

