

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**ЛЕОНИДОВА ЕКАТЕРИНА ГЕОРГИЕВНА**

Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук
Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а
E-mail: eg_leonidova@mail.ru

Одной из наиболее динамично развивающихся отраслей народного хозяйства является туризм. В структуре его видов для региональной экономики наибольшее значение имеет развитие внутреннего туризма, подразумевающего путешествия туристов внутри страны с целью развлечения, оздоровления, отдыха и др. При этом в Российской Федерации, в отличие от зарубежных стран, таких как Китай, США, Германия, данное направление развито слабо, что связано с несовершенной инфраструктурой отрасли, несоответствием цены на туристские продукты их качеству, а также недостатком квалифицированных кадров. В последнее время особую значимость для данного направления приобрело воздействие внешних факторов, таких как неспокойная геополитическая обстановка в ряде стран, кризисные явления в экономике, запрет выезда россиян на популярные зарубежные курорты. Вопросы развития внутреннего туризма отражены в работах Т.Н. Григоренко, В.И. Кружалина, К.В. Кружалина, Н.В. Шаболиной, Д.Р. Макеевой, Е.В. Семеновой и других авторов. В статье рассмотрена сущность внутреннего туризма и определены возможные направления его активизации. В работе использованы методы теоретического анализа, анализа статистических данных, синтеза, SWOT-анализа, прогнозирования. На основе статистических данных выявлено сокращение числа поездок россиян в туристских целях с одновременным ростом их спроса на гостиничные услуги внутри страны. Кроме того, имеющийся в настоящее время туристический потенциал позволяет развивать широкий спектр видов туризма для внутренних туристов. Как выяснилось, препятствуют этому развитию недостаток в регионе турпродуктов, привлекающих внутренних туристов, несовершенство туристической инфраструктуры и отсутствие у населения денежных средств на осуществление туристической поездки. На основе SWOT-анализа определено, что эффективному развитию и полноценной реализации результатов развития внутреннего туризма и инфраструктурных ресурсов территорий будет способствовать формирование

конкурентоспособных туристских продуктов. При этом в качестве приоритетного направления активизации внутреннего туризма в регионе может рассматриваться событийный туризм, организация которого возможна даже в районах, не обладающих специальной туристической инфраструктурой.

Туризм, внутренний туризм, событийный туризм, регион, экономика.

Для российских регионов, экономика которых характеризуется монопрофильностью, особое значение приобретает поиск новых факторов развития, способствующих ее диверсификации. Это возможно за счет активизации несырьевых отраслей, в том числе сферы туризма, динамично развивающейся в мире. Начиная с 2009 года туризм демонстрирует стабильные темпы роста основных показателей, несмотря на неустойчивую ситуацию в мировой экономике. По данным Всемирной туристской организации, рост международного туризма в общем объеме экспорта услуг и товаров в 2015 году составил 6–7%, что заметно превышает прогресс других отраслей мировой экономики, показавших средний рост в 2,8%. По итогам 2015 года его доля в мировом валовом внутреннем продукте составила 9,8%, или 7,6 трлн долларов, что обеспечило ему 4-е место по уровню дохода после горнодобывающей промышленности, финансовых услуг и розничной торговли [19].

Прямой вклад туристской отрасли в экономику выражается в увеличении доходной части бюджетов различных уровней через налоги, в привлечении инвестиций, росте товарооборота. Туризм как отрасль народного хозяйства обладает мультипликативным эффектом. Так, образуя цепочку «расходы – доходы», туризм стимулирует развитие до 53 смежных отраслей народного хозяйства. Социальное значение отрасли заключается в создании новых рабочих мест, удовлетворении потребностей населения в отдыхе, росте уровня и качества жизни населения. В частности, сектор туризма является од-

ним из наиболее «трудозатратных»¹ видов экономической деятельности. Согласно экспертным данным, в настоящее время более 100 миллионов рабочих заняты в этой отрасли по всему миру [17; 19].

Для развития экономики территорий наиболее значимо развитие внутреннего туризма, подразумевающего путешествия туристов внутри страны с целью развлечения, оздоровления, отдыха и др. Это обусловлено тем обстоятельством, что производство и потребление туристского продукта на территории региона стимулирует местных производителей к расширению производства товаров и услуг и содействует притоку конечного потребления, увеличивая таким образом валовой региональный продукт. Помимо создания новых рабочих мест и удовлетворения потребностей населения в отдыхе, познании и пр., социальная функция внутреннего туризма состоит в развитии человеческого потенциала региона. Так, туристская инфраструктура, включающая сеть коллективных средств размещения, питания, развлечений, оздоровления и спорта, способствует снятию психического и эмоционального напряжения, укреплению здоровья жителей как региона, так и страны в целом. Таким образом, развитие внутреннего туризма способствует обеспечению социально-экономического развития территорий.

Анализ статистических данных, характеризующих развитие данного вида в странах мира (например, США, Китай,

¹ По данным Всемирной туристской организации, туристическую отрасль на мировом рынке занятости представляют 11 рабочих мест из ста.

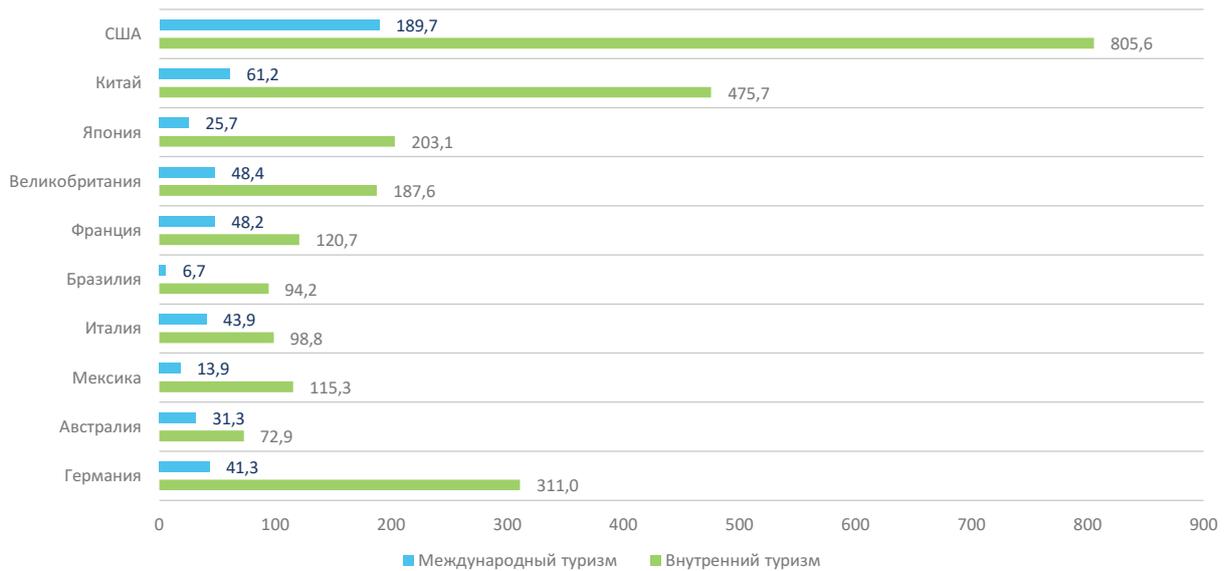


Рис. 1. Доходы стран мира от въездного и внутреннего туризма в 2015 г., млрд долл. США

Источник: UNWTO.

Германия), показал, что он обеспечивает до 80% денежных поступлений в структуре видов туризма (рис. 1).

В экономике Российской Федерации доля туристской отрасли незначительна. Прямой вклад сектора в валовой внутренний продукт оценивается в 1,5%. Субъекты российского турбизнеса ориентированы преимущественно на вывоз граждан на зарубежные курорты. Вместе с тем, высокий туристический потенциал регионов РФ позволяет развивать различные виды туристской деятельности, привлекающие внутренних туристов и способствующие обеспечению развития региональных экономик. Информационная база исследования опирается на работы отечественных и зарубежных ученых-регионалистов, исследующих проблемы обеспечения регионального развития и влияние туризма на экономику региона [1; 3-8; 10-15; 16; 18; 20; 21]. Выявлено, что в существующих научных работах внутренний туризм как фактор социально-экономического развития территорий и направления его активизации рассматриваются редко, что и обусловило выбор темы данного исследования, цель которо-

го заключается в выявлении перспективных направлений, способствующих активизации развития внутреннего туризма в регионе. Достижение данной цели требовало проведения анализа тенденций и проблем данного сектора в регионе, а также определения факторов, влияющих на его функционирование.

Северо-Западный федеральный округ располагает самым большим количеством в Российской Федерации культурных и природного объектов, охраняемых ЮНЕСКО (рис. 2).

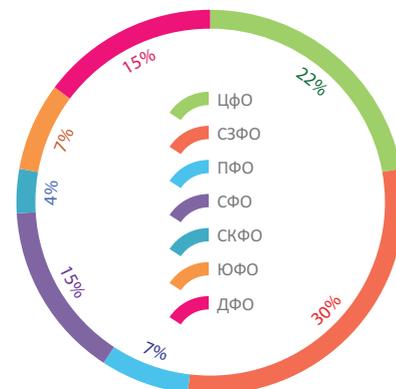


Рис. 2. Количество объектов культурного и природного наследия ЮНЕСКО по субъектам РФ, %

Источник: данные ЮНЕСКО.

Кроме того, по состоянию на 2014 год он занимал второе место в РФ после Центрального федерального округа по числу объектов культурного наследия (рис. 3).



Рис. 3. Число объектов культурного наследия по субъектам РФ по данным 2014 г., %

Источник: данные Росстата.

Туристические ресурсы СЗФО позволяют развивать культурно-исторический, экологический, событийный, сельский и другие виды туризма, привлекающие в том числе внутренних туристов. Однако в настоящее время имеющийся потенциал реализуется неэффективно. В Северо-Западном федеральном округе в 2015 году доля проданных турфирмами туров в регионы РФ составила 32% в общем объеме реализованных турпакетов (табл. 1). Обращает на себя внимание тот факт, что за период с 2005 по 2015 год на 91,5% сократилась продажа туров россиянам на внутренние маршруты и на 93% – на зарубежные направления. При этом наивысших значений, отмеченных в 2007 году, за весь рассматриваемый период оба показателя так и не достигли. Это объясняется снижением доходов населения, вызванным экономическими кризисами, прошедшими в 2008 и 2014 годах, а также ростом самостоятельных туристов, не пользующихся услугами турфирм.

При этом следует оговориться, что точное количество внутренних туристов, путешествующих без помощи турфирм, неизвестно, так как официально утвержденная методика их подсчета в Российской Федерации отсутствует. Тем не менее, приблизительную оценку величины потока внутренних туристов можно получить, основываясь на данных коллективных средств размещения (КСР).

Так, число посетителей СЗФО, оставившихся в гостиницах и других средствах размещения, с 2010 по 2015 год выросло на 52,7% (табл. 2). При этом наибольший рост за указанный период отмечен в Калининградской области (в 3,4 раза) и Республике Карелии (в 2,1 раза). Этот факт объясняется вниманием со стороны региональных властей и частного бизнеса к туристическому сектору. Среди мер, способствовавших увеличению турпотока, можно отметить выделение субсидий туроператорам и авиаперевозчикам (Калининградская область), а также активное развитие новых туристически привлекательных объектов (например, по итогам 2015 года на 34% больше туристов посетило мраморный каньон «Рускеала» (Республика Карелия), чем комплекс деревянного зодчества в Кижях). Следует отметить, что рост данного показателя отмечен во всех субъектах Северо-Западного федерального округа.

С 2010–2015 гг. рост числа коллективных средств размещения в регионе отмечен во всех субъектах СЗФО, их количество увеличилось почти на 34% (табл. 3). Так, только в Калининградской области данный показатель вырос в 3,5 раза.

Таблица 1. Количество проданных туров туристскими фирмами СЗФО, тыс. шт.

Число туров	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2005 г., в %
Всего	2033,6	2089,5	2610,1	612,5	484,9	545,4	626,4	790,3	1029,1	496,6	156,2	7,7
из них по территории России	582,5	604,0	727,5	93,4	85,5	115,2	89,8	141,3	143,4	147,0	49,5	8,5
по зарубежным странам	1418,1	1450,5	1839,3	492,1	386,1	383,8	468,2	616,1	834,0	284,8	102,8	7,3

Источник: данные Росстата.

Таблица 2. Численность россиян, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. чел.

Территория	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2010 г., в %
Калининградская область	138,9	168,6	248,6	237,9	317,0	472,3	340,0
Республика Карелия	166,2	212,1	196,6	227,8	228,0	363,7	218,8
Ленинградская область	374,8	434,5	394,9	333,5	342,5	585,4	156,2
Северо-Западный федеральный округ	3546,0	3936,0	4051,2	4051,9	4209,1	5415,1	152,7
Республика Коми	180,8	153,0	205,1	197,6	178,1	267,7	148,1
г. Санкт-Петербург	1446,1	1700,9	1757,2	1803,8	1940,1	2123,8	146,9
Псковская область	237,6	246,5	252,8	247,3	241,9	342,1	144,0
Вологодская область	279,1	292,1	284,1	293,0	245,1	397,6	142,5
Архангельская область	274,9	291,0	286,4	272,5	267,5	345,2	125,6
Новгородская область	256,1	271,9	249,7	251,8	271,2	317,7	124,1
Ненецкий автономный округ	19,5	16,9	14,9	17,9	17,2	20,7	106,2
Мурманская область	191,5	165,3	175,7	186,7	177,9	199,6	104,2

Источник: данные Росстата.

Таблица 3. Количество коллективных средств размещения в СЗФО, ед.

Территория	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2010 г., в %
Калининградская область	57	57	81	109	109	201	352,6
Республика Карелия	105	125	149	129	133	182	173,3
Псковская область	73	84	108	74	74	106	145,2
Вологодская область	145	142	171	131	120	200	137,9
Новгородская область	92	97	135	110	111	126	137,0
Республика Коми	97	76	97	86	87	132	136,1
Архангельская область	124	120	142	112	145	166	133,9
Северо-Западный федеральный округ	1454	1532	1893	1504	1556	1942	133,6
г. Санкт-Петербург	360	382	434	382	389	412	114,4
Мурманская область	136	127	183	118	119	143	105,1
Ленинградская область	265	322	393	253	269	274	103,4

Источник: Российский статистический ежегодник : стат. сб. – М. : Росстат, 2015. – 728 с.; Культура, туризм и отдых в Псковской области. 2015 : стат. сб. / Псковстат. – П., 2015. – С. 34.

При этом анализ коэффициента загрузки КСР показал, что заполняемость средств размещения в регионе достаточно низкая. Его значение в 2014 году снизилось по сравнению с 2010 годом на 9,1% (табл. 4). Отрицательная динамика показателя отмечена в большинстве субъектов СЗФО, кроме Республики Коми, Вологодской и Калининградской областей. Заметнее всего заполняемость средств размещения за указанный период сократилась в Псковской (на 41%), Ленинградской (на 26%) и Архангельской областях (на 23,3%). Сокращение загрузки номерного фонда КСР можно объяснить ростом числа самих КСР, в результате чего происходит перераспределение турпотока.

Таким образом, наблюдается ситуация, при которой на рынке присутствует

высокая конкуренция со стороны предприятий, предоставляющих услуги проживания, обусловленная интересом со стороны представителей гостиничного бизнеса к строительству новых объектов. Проблемой развития внутреннего туризма является недостаток туристского продукта, способного удовлетворить потребителей разного ценового сегмента и «загрузить» гостиницы и аналогичные средства размещения. В большинстве субъектов СЗФО турфирмами предлагаются однотипные туры, основанные только на осмотре историко-культурных достопримечательностей. Например, для Вологодской, Новгородской, Псковской, Калининградской и Ленинградской областей, обладающих объектами, входящими в Список всемирного культурного и при-

Таблица 4. Коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения в Северо-Западном федеральном округе

Территория	2010 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2010 г., в %
Вологодская область	0,16	0,18	0,23	0,22	137,5
Калининградская область	0,15	0,34	0,33	0,20	133,3
Республика Коми	0,31	0,38	0,41	0,33	106,5
Республика Карелия	0,29	0,29	0,29	0,27	93,1
Северо-Западный федеральный округ	0,33	0,36	0,33	0,30	90,9
г. Санкт-Петербург	0,39	0,44	0,37	0,35	89,7
Мурманская область	0,28	0,26	0,32	0,25	89,3
Новгородская область	0,33	0,30	0,28	0,28	84,8
Архангельская область	0,43	0,37	0,25	0,33	76,7
Ленинградская область	0,27	0,29	0,28	0,20	74,1
Псковская область	0,32	0,32	0,27	0,19	59,4

Источник: Культура, туризм и отдых в Псковской области. 2015 : стат. сб. // Псковстат. – П., 2015. – С. 36.

Таблица 5. Перспективные направления туристической деятельности в федеральных округах Российской Федерации в 2015 году

Вид туризма	Федеральный округ							
	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДФО
Культурно-познавательный	3	3	2	2	3	1	2	2
Этнографический	3	1	2	3	2	2	2	2
Деловой	2	3	2	1	2	1	1	1
Экологический	2	2	3	3	2	2	2	2
Оздоровительный	1	1	3	3	1	1	1	1
Пляжный	1	1	3	1	1	1	1	1
Событийный	1	3	2	1	2	1	1	1
Религиозный	3	2	2	2	1	1	1	1

Источник: Курченков В. В., Фетисова О. В, Тютюшева А. Н., Матина Е. С. Приоритеты диверсификации структуры регионального туристического комплекса // Региональная экономика. Юг России. – 2016. – № 2 (12). – С. 57–64.

родного наследия ЮНЕСКО, доля культурно-познавательного туризма традиционно составляет от 65 до 75%. Вместе с тем, имеющийся туристический потенциал Северо-Западного федерального округа позволяет развивать и другие виды туризма (табл. 5).

Другой проблемой развития внутреннего туризма в регионе является несоответствие инфраструктуры мировым стандартам качества и уровня обслуживания. Так, например, только половина всего дорожного полотна в СЗФО (53,3%) имеет качественное покрытие (табл. 6). Этот факт снижает транспортную доступность для внутренних туристов достопримечательностей региона.

Кроме того, во многих субъектах Российской Федерации отсутствует система классификации гостиниц, пляжей, гор-

нолыжных объектов и других туристических объектов, что влияет на качество предоставляемых услуг.

Таким образом, развитие внутреннего туризма в Российской Федерации в целом и в Северо-Западном федеральном округе в частности сопряжено с определенными проблемами.

Среди субъектов СЗФО Вологодская область занимает одно из самых выгодных положений для развития внутреннего туризма: в радиусе потенциальных потребителей туруслуг проживает около 50 миллионов человек. Определить направления активизации внутреннего туризма возможно посредством проведения SWOT-анализа (табл. 7).

Проведение SWOT-анализа показывает, что в качестве одной из стратегий развития внутреннего туризма в регионе может

Таблица 6. Некоторые показатели качества автомобильных дорог

Территория	Общая протяженность автодорог, км	Удельный вес автомобильных дорог общего пользования с усовершенствованным покрытием* в протяженности автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, %
Северо-Западный федеральный округ	142 080,9	53,3
г. Санкт-Петербург	3 412,1	92,5
Мурманская область	3 523,4	77,8
Калининградская область	8 671,8	70,5
Республика Коми	7 595,3	68,2
Ленинградская область	22 286,9	61,4
Новгородская область	14 877,6	55,3
Республика Карелия	10 761,8	50,5
Псковская область	22 773,7	43,5
Вологодская область	28 531,8	42,7
Архангельская область	19 646,5	33,9

* К автомобильным дорогам с усовершенствованным покрытием относятся дороги со следующими видами покрытия: цементобетонное, асфальтобетонное, из щебня и гравия, обработанное вяжущими материалами.
 Источник: данные Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/transport

Таблица 7. SWOT-анализ факторов внутренней среды сферы туризма в Вологодской области

	Сильные стороны	Слабые стороны
	<ul style="list-style-type: none"> – Сложившаяся система подготовки кадров; – Наличие регионального бренда «Вологодская область – Душа Русского Севера»; – Активная реализация ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на период 2011–2018 гг.»; – Функционирование туристских кластеров; – Межрегиональный историко-культурный туристский проект «Серебряное ожерелье России»; – Богатое историко-культурное наследие региона. 	<ul style="list-style-type: none"> – Несоответствие сервиса мировым стандартам обслуживания; – Недостаток туроператоров внутреннего туризма; – Низкий уровень развития туристской инфраструктуры большинства муниципальных образований; – Однотипный туристский продукт; – Слабое информационное продвижение туристских ресурсов региона.
Возможности	<ul style="list-style-type: none"> – Близость региона к потенциальным рынкам сбыта; – Переориентация российских туристов на внутренний туризм; – Снижение курса национальной валюты; – Принятие государственных программ, направленных на развитие внутреннего туризма; – Развитие информационных технологий, рост онлайн-продаж. 	<p>Стратегия при сопоставлении сильных сторон и возможностей</p> <ul style="list-style-type: none"> – Увеличение потока внутренних туристов за счет активного развития туристских кластеров, межрегиональных проектов; – Включение туристских проектов в федеральные и региональные целевые программы; – Продвижение туристских ресурсов совместно с брендами региона.
		<p>Стратегия при сопоставлении слабых сторон и возможностей</p> <ul style="list-style-type: none"> – Активизация развития внутреннего туризма в регионе на основе растущего спроса россиян на внутренние направления; – Создание диверсифицированного туристского продукта за счет использования развития электронной коммерции, систем онлайн-бронирования, использования инноваций.
Угрозы	<ul style="list-style-type: none"> – Усиление позиций конкурентов; – Снижение покупательной способности населения; – Нестабильная политическая и экономическая ситуация. 	<p>Стратегия при сопоставлении сильных сторон и угроз</p> <ul style="list-style-type: none"> – Активное развитие брендов обеспечит конкурентное преимущество региону; – Наличие экономических туров позволит удовлетворить потребности туристов даже при снижении покупательной способности.
		<p>Стратегия при сопоставлении слабых сторон и угроз</p> <ul style="list-style-type: none"> – Предоставление однотипного туристского продукта в случае усиления позиций конкурентов может привести к упущению возможностей завоевания рынка внутреннего туризма; – Низкий уровень развития инфраструктуры в большинстве муниципальных образований региона и снижение покупательной способности населения приведет к снижению туристского потока в регион.

Таблица 8. Сравнительные характеристики различных видов туризма

№	Виды туризма	Сезонная зависимость	Ресурсоориентированность	Способность к генерации туристского потока	Широта охвата целевой аудитории
1.	Культурно-познавательный	+	+	+	+
2.	Экологический	+	+	+	+
3.	Сельский	+			
4.	Лечебно-оздоровительный	+			
5.	Событийный	+		+	+
6.	Охотничье-рыболовный	+	+		
7.	Рекреационный (пляжный)	+	+	+	+

Источник: составлено автором.

рассматриваться формирование конкурентоспособных туристских продуктов, основанное на развитии видов туристической деятельности, обеспечивающих рост потока внутренних туристов, а также увеличение продолжительности их пребывания в регионе. К числу таких видов туризма относится событийный туризм, предполагающий посещение наиболее интересных для туристов событий (табл. 8). Событийный туризм позволяет создавать туристские продукты продолжительностью более 24 часов (например, фестивали, форумы, спортивные соревнования и т. д.). Развитие событийных мероприятий позволит повысить «загрузку» объектов туристской инфраструктуры.

Основным фактором, лимитирующим развитие и реализацию потенциала внутреннего туризма, является возможное сокращение спроса туристов на внутренние направления вследствие падения денежных доходов, роста потребительских цен. Этот аспект должен учитываться при создании программ развития данной сферы. Например, для определения экономической эффективности событийного туризма в экономике региона в этом исследовании будет использован подход, учитывающий экономическую конъюнктуру [2]. Он будет апробирован на примере туристского комплекса Вологодской области, в котором событийный туризм в последнее время динамично развивается.

По данным ИНП РАН, индекс-дефлятор реальных располагаемых доходов населения² в 2030 году составит 173,3% от уровня 2014 года (рис. 4).

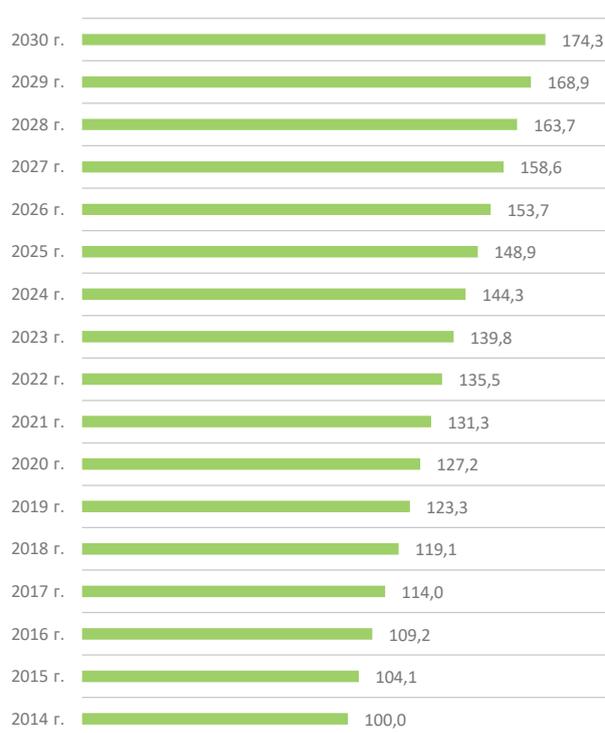


Рис. 4. Индекс-дефлятор реальных располагаемых доходов населения, % к пред. году

Источник: Прогноз Долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/prognoz/doc20130325_06

² Показатель, отражающий изменение реального содержания суммарной величины доходов населения. Характеризует покупательную способность населения.

Для определения прогноза туристских прибытий необходим анализ динамики туристского потока в Вологодскую область. Данный показатель демонстрирует устойчивую ежегодную положительную динамику (рис. 5).



Рис. 5. Динамика туристского потока в Вологодскую область, тыс. чел.

Источник: данные Правительства Вологодской области.

Этот факт можно объяснить вниманием региональных властей к развитию данной сферы посредством принятия целевых программ, реализации проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза», активного информационного продвижения региона. С учетом результатов проведенных расчетов определено, что к 2030 году туристский поток в регион может составить 4925 тыс. человек (рис. 6).

Расчет эффективности от развития событийного туризма выполнен на основе изменения туристских затрат с 2010 по 2014 год (табл. 9). При этом в структуре затрат туриста учтены затраты на проживание.



Рис. 6. Прогноз туристских прибытий в Вологодскую область, тыс. чел.

В результате на основе прогноза темпа роста народного потребления, рассчитанного ИМП РАН (рис. 7), и прогноза туристских расходов был скорректирован прогноз средних трат туристов.

По нашим расчетам, туристские расходы в Вологодской области могут вырасти с 11,8 тыс. руб. в 2014 году до 46,2 тыс. руб. в 2030 году (рис. 8).

Объем туристских расходов в расчете на одного человека представлен на рисунке 9.

В 2014 году объем валового регионального продукта составил 388,4 млрд рублей. В результате проведенных выше расчетов отношение туристских расхо-

Таблица 9. Средние потребительские цены на отдельные виды товаров и услуг, руб.

Основные виды расходов туристов	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Проживание в гостинице	1157,49	1209,35	1268,8	1419,63	1581,92
Междугородный автобус (за две поездки в расчете на 50 км пути каждая)	75,66	86,81	86,81	94,78	208,02
Предоставление междугородных телефонных соединений (разговоров) автоматическим способом внутри России, минута (на расстояние 601–1200 км)	3,89	3,89	3,89	3,96	3,96
Обед в столовой, кафе, закусочной на 1 человека	190,09	202,29	219,01	214,69	202,95
Ужин в ресторане заказной (включая спиртные напитки), на 1 человека	1335,4	1397,4	1430,1	1566,8	1803,25
Кино (за один билет)	133,27	166,38	173	177,73	197,46
Театр (за один билет)	157,29	178,9	198,15	266,88	283,24
Музеи и выставки (четыре посещения)	41,05	45,79	52,43	62,51	82,25
Печать цветных фотографий	6,76	7,21	7,57	7,81	7,55
ВСЕГО прямые расходы туриста, руб. за 1 чел./дн.	3100,89	3298,03	3439,72	3814,79	4370,6

Источник: Туризм в Вологодской области : стат. сб. // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. – Вологда, 2015. – С. 49.

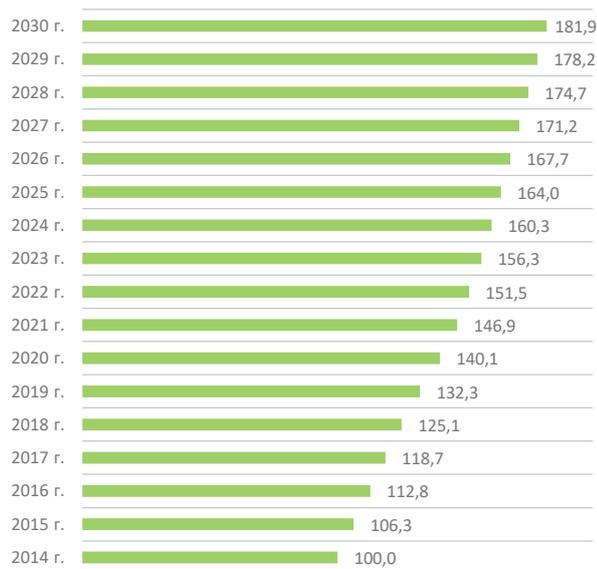


Рис. 7. Темп роста народного потребления, %

Источник: Сайт ИНП РАН [Электронный ресурс]. –
Режим доступа : <http://macroforecast.ru>

дов, включающих проживание в средствах коллективного размещения в течение суток, к ВРП в 2030 году составит 49,9 млрд руб., что составит 9,3% от ВРП (для сравнения: в 2014 году – 4,4% ВРП)³.

Таким образом определено, что эффективному развитию и полноценной реализации развития внутреннего туризма и инфраструктурных ресурсов территорий будет способствовать формирование конкурентоспособных туристских продуктов. При этом в качестве приоритетного направления активизации внутреннего туризма в регионе может рассматриваться событийный туризм, организация которого возможна даже в районах, не обладающих специальной туристической инфраструктурой. Практическая значимость исследования

³ Значение показателя валового регионального продукта рассчитано в недавно принятой правительством Вологодской области Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 года. Согласно данному документу, увеличение валового регионального продукта области к 2030 году по сравнению с 2015 годом должно составить не менее чем 28,4% в сопоставимых ценах.

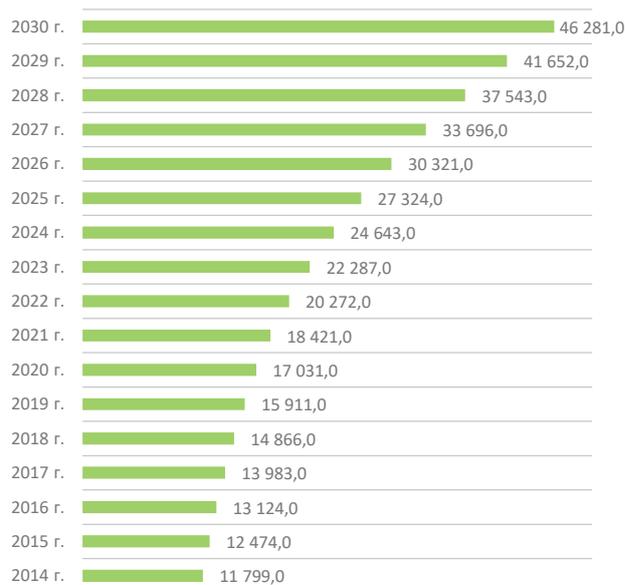


Рис. 8. Прогноз туристских расходов в Вологодской области (в постоянных ценах 2014 г.), тыс. руб.



Рис. 9. Прогноз расходов туристов в расчете на 1 человека (в постоянных ценах 2014 г.), тыс. руб.

состоит в том, что его результаты могут быть использованы в практике принятия управленческих решений по включению в региональные программы развития такого направления, как событийный туризм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анчукова, Н. В. Туризм в экономике региона [Текст] / Н. В. Анчукова, О. С. Москвина. – Вологда : ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2002. – 72 с.
2. Виноградова, М. В. Развитие туризма в регионе: финансовый аспект (на примере Ярославской области) [Текст] / М. В. Виноградова // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С. 110–126.
3. Гранберг, А. Г. Основы региональной экономики [Текст] : учеб. для вузов / А. Г. Гранберг. – 5-е изд. – М. : ГУ ВШЭ, 2006. – 495 с.
4. Григоренко, Т. Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе [Текст] / Т. Н. Григоренко, Л. Н. Казьмина // Вестник национальной академии туризма. – 2015. – № 4. – С. 14–17.
5. Гулин, К. А. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов / К. А. Гулин // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 4 (22). – С. 42–58.
6. Квартальнов, В. А. Туризм [Текст] : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
7. Кружалин, В. И. Состояние российского туризма, проблемы и перспективы [Текст] / В. И. Кружалин, К. В. Кружалин, Н. В. Шабалина // Вестник национальной академии туризма. – 2016. – № 1. – С. 10–13.
8. Макеева, Д. Р. Экономика туризма России на современном этапе: от выездного туризма к ориентированному на внутренний рынок [Текст] / Д. Р. Макеева // Вопросы региональной экономики. – 2015. – № 1. – С. 39–48.
9. Население России в 2016 году: доходы, расходы и социальное самочувствие [Текст] : мониторинг НИУ ВШЭ. Июль 2016 / под ред. Л. Н. Овчаровой. – М. : НИУ ВШЭ, 2016. – 44 с.
10. Проблемы экономического роста территории [Текст] : монография / Т. В. Ускова, Е. В. Лукин, Т. В. Воронцова, Т. Г. Смирнова ; под рук. Т. В. Усковой. – Вологда : Ин-т социально-экономического развития территорий РАН, 2013. – 170 с.
11. Семенова, Е. В. Проблемы развития внутреннего туризма и некоторые пути их решения [Текст] / Е. В. Семенова, Н. В. Маслова // Вестник национальной академии туризма. – 2016. – № 3. – С. 34–36.
12. Стратегические ориентиры экономического развития России [Текст] / Р. С. Гринберг, А. Я. Рубинштейн, Л. И. Абалкин, С. Ю. Глазьев, В. Л. Макаров [и др.]. – СПб. : Алетейя, 2010. – 664 с.
13. Стратегия развития туризма в Вологодской области [Текст] / В. А. Ильин, Ю. Н. Плеханов, Т. В. Ускова, С. А. Селякова, Л. В. Дубиничева, К. В. Марков, Е. Н. Богачева. – Вологда : ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2009. – 187 с.
14. Ускова, Т. В. Социально-экономический ресурс туризма [Текст] : монография / Т. В. Ускова, Л. В. Дубиничева, В. С. Орлова. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.
15. Черникова, Л. И. К вопросу переориентации на внутренний туризм [Текст] / Л. И. Черникова, Г. Р. Фаизова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2016. – С. 52–60.
16. American Express Spending & Saving Tracker [Electronic resource]. – Available at : <http://about.americanexpress.com/news/sst>
17. Economic Impact of Travel & Tourism 2015 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis>
18. Enhancing economic growth in emerging markets through tourism // International Finance Corporation [Electronic resource]. – Available at : http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/industry_ext_content/ifc_external_corporate_site/trp/tourism/trp_priorities_tourism – Дата обращения 29.09.2016.
19. International tourism [Electronic resource]. – Available at : <http://www.worldbank.org/en/country/russia>
20. Tourism and economic growth: Does democracy matter? [Text] / N. Antonakakis, M. Dragouni, B. Eeckels, G. Filis // Annals of Tourism Research. – 2016. – № 39. – P. 231–267.
21. Travel and learning: Aneglected tourism research area [Text] / J. H. Falk, R. Ballantyne, J. Packer, P. Benckendorff // Annals of Tourism Research. – 2012. – № 39. – P. 908–927.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Леонидова Екатерина Георгиевна – младший научный сотрудник отдела проблем социально-экономического развития и управления в территориальных системах. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук. Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а. E-mail: eg_leonidova@mail.ru. Тел.: (8172) 59-78-10.

Leonidova E.G

TENDENCIES OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGION

Tourism is one of the most dynamically developing sectors of the national economy. For the regional economy the development of domestic tourism has utmost significance in the structure of its types, meaning the travel of tourists within the country for the purpose of entertainment, recreation, relaxation, etc. However, in the Russian Federation, unlike foreign countries such as China, the USA, Germany, this type of tourism is underdeveloped due to the imperfect infrastructure of the economic sector, the discrepancy between the price of tourist products and their quality, as well as the lack of competent personnel. Recently, domestic tourism has been greatly affected by the external factors, such as the turbulent geopolitical situation in a number of countries, downturns in the economy and ban on popular foreign health resorts for Russian citizens. The issues of the development of domestic tourism are reflected in the works of Grigorenko T.N., Kruzhalin V.I., Kruzhalin K.V., Shabolina N.V., Makeeva D.R., Semenova E.V. and other authors. The article considers the essence of domestic tourism and defines possible directions of its enhancement. The methods of theoretical analysis, analysis of statistical data, synthesis, SWOT-analysis and forecasting methods are used in the study. The statistical data revealed the decrease in the number of trips made by Russians for tourist purposes with simultaneous growth of their demand for domestic hotel services. In addition, the current tourist potential allows developing a wide range of types of tourism for domestic tourists. As it turned out, this development is hampered by the shortage of regional tourist products attracting domestic tourists, inadequate tourist infrastructure and the lack of money for a tourist trip. On the base of SWOT analysis it was determined that the formation of competitive tourist products would contribute to the effective development and full-scale implementation of the results of the development of domestic tourism and infrastructure resources of the territories. At the same time, event tourism can be considered as a priority area of activization of regional domestic tourism, and it is possible to implement the system of event tourism even in the regions that do not have a special tourism infrastructure.

Tourism, domestic tourism, event tourism, region, economy.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Leonidova Ekaterina Georgievna – Junior Research Associate at the Department Researching Problems of Socio-Economic Development and Management in Territorial Systems. Federal State Budgetary Institution of Science Institute of Socio-Economic Development of Territories of the Russian Academy of Sciences. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation. E-mail: eg_leonidova@mail.ru. Phone: +7(8172) 59-78-10.