

УДК 332.1; 379.85

Г.Р. Аргун

ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», Москва, email: georgiy-argun@yandex.ru

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Ключевые слова: внутренний туризм, дифференциация регионов, кластерный анализ, корреляция, перспективы развития, регрессия, туризм, экономические показатели.

Внутренний туризм является перспективным и в то же время недостаточно развитым направлением регионального развития в России. Лишь несколько регионов со значительным уровнем экономического развития отличаются высокой степенью реализации рекреационно-туристического потенциала, в то время как основная часть российских регионов находится ещё в начальной стадии развития туристического сектора. В настоящее время создались благоприятные условия для роста внутреннего туризма, в том числе в ещё малоосвоенных для санаторно-курортного отдыха регионах (особенно это касается Северного Кавказа). Создавшийся неудовлетворённый спрос на туристические услуги целесообразно перенаправить на внутренний рынок путём создания соответствующей инфраструктуры и предложения в сопоставимых качественных и ценовых категориях.

G.R. Argun

Moscow State Humanitarian and Economic University, Moscow,
email: georgiy-argun@yandex.ru

TOURIST INDUSTRY AS A DRIVER FOR THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN REGIONS

Keywords: domestic tourism, differentiation of regions, cluster analysis, correlation, development prospects, regression, tourism, economic indicators.

Domestic tourism is a promising and at the same time underdeveloped area of regional development in Russia. Only a few regions with a high level of economic development are distinguished by a high degree of realization of recreational and tourism potential, while the bulk of Russian regions are still in the initial stage of development of the tourism sector. Currently, favorable conditions have been created for the growth of domestic tourism, including in regions that are still poorly developed for sanatorium and resort holidays (especially the North Caucasus). It is advisable to redirect the created unsatisfied demand for tourism services to the domestic market by creating the appropriate infrastructure and supply in comparable quality and price categories.

Как показали результаты работы Аргуна Г.Р. и Михалёва И.В. до 2014 г. ключевым направлением развития отечественной туристической отрасли было постоянное увеличение продаж зарубежных туров [1]. Однако, на фоне снижения зарубежных трансграничных поездок, с 2015 г. постепенно растёт роль внутреннего туристического направления. Аналогичные данные приводят Дементьев В.С. и Манаков А.Г. в своих исследованиях туристического обмена России с другими странами [2, 3]. Так как сначала ковидные, а затем санкционные ограничения в значительной степени ограничили зарубежный туризм (табл. 1), то, в силу значительного неудовлетворённого спроса на организованный отдых, целесообразно способствовать развитию

внутреннего туризма, путём создания благоприятных условий и финансово-административной поддержки наиболее перспективных регионов. Это благоприятно скажется на социально-экономическом положении регионов, особенно это касается относительно слабо экономически развитых территорий Северного Кавказа, которые имеют значительные неосвоенные рекреационные ресурсы. Хотя, разумеется, данный аспект развития касается не только СКФО, но также и всех остальных регионов страны.

Как видно из таблицы 1, после «пандемийного» провала в 2020 г. количественные показатели зарубежного туризма находятся в целом на одном уровне порядка 20 млн выездов российских туристов за границу ежегодно.

Таблица 1

Динамика въездного и выездного туризма в России в 2017-2023 гг.

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Выездные поездки граждан России, млн	39,6	42,0	45,3	12,4	19,2	22,5	19,7
в т.ч. Абхазия	4,3	4,5	4,8	2,8	5,1	5,4	4,6
Турция	4,5	5,7	6,8	2,1	4,7	4,6	4,4
Казахстан	3,0	3,0	3,2	0,6	0,5	2,4	2,2
ОАЭ	0,8	0,9	1,0	0,4	0,6	1,2	1,2
Египет	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,9	0,9
Грузия	1,0	1,2	1,2	0,1	0,1	0,8	0,9
Китай	2,0	2,0	2,3	0,1	0,0	0,0	0,4
Страны ЕС	15,4	14,3	15,5	2,9	2,0	2,0	1,3
Украина	2,3	2,3	2,5	1,3	2,0	0,4	0,0
Въездные поездки иностранных граждан, млн	24,4	24,6	24,4	6,4	7,1	8,2	6,1
Страны СНГ	7,0	6,7	7,1	1,9	2,3	4,1	4,6
Страны ЕС	4,4	4,6	4,6	0,7	0,3	0,3	0,3
Китай	1,5	1,7	1,9	0,1	0,0	0,0	0,3
Украина	8,7	8,2	7,8	3,2	3,9	2,2	0,2

Примечание: * – данные за 2023 г. – январь-сентябрь.

Источник: составлено автором по данным Росстата и Ростуризма.

Наиболее популярными направлениями остаются Абхазия и Турция, а также Грузия и Казахстан – места традиционного относительно недорогого зарубежного отдыха для россиян. Их ценовыми и географическими конкурентами являются Крым, Краснодарский край, Алтай (как конкурент Казахстану в плане туризма), а также Дагестан, который, впрочем, по причине слабой развитости туристической инфраструктуры пока не входит в число популярных мест для отдыха россиян. Впрочем, в нашем исследовании мы коснёмся статистических характеристик туристической отрасли каждого региона. Но в целом из таблицы 1 можно заключить, что основная часть зарубежных туристов в последние годы выезжали в страны со схожим климатом с соседними с ними российскими регионами. Это делает возможным развитие собственного туристического кластера для привлечения потока отдыхающих с данных зарубежных направлений внутрь страны.

К сожалению, оценка Росстатом турпотока в разрезе регионов ведётся только с 2022 г., что делает невозможным

корректное статистическое наблюдение о замещающем росте внутреннего туризма в отдельных регионах в условиях снижения зарубежных туристических поездок.

Европейское направление ещё в 2020 г. после 6-кратного сокращения потока отдыхающих из России так и не восстановило доковидные показатели. И увеличение санкционного давления на Россию с закрытием прямого воздушного сообщения мало повлияло на популярность Европы среди отдыхающих – оно и без этого было невелико.

Что касается въездного туризма, развитие которого также имеет положительное влияние на туристическую отрасль, то ключевым направлением прибытия туристов в Россию по-прежнему остаются страны СНГ. Международные рейтинги достаточно невысоко оценивают текущее развитие туротрасли России в мировом масштабе – см., например, работу Петрова С.Н. [4]. Однако, последовательные ограничения трансграничных перемещений последних трёх лет существенно повлияли на эти пока-

затели. Например, европейские туристы ещё с 2020 г. заметно снизили количество визитов в Россию, поэтому санкции 2022 г. не внесли заметных изменений в статистику. Также отрицательно сказались противоэпидемиологические мероприятия 2020-2021 г.г. в Китае на туристический поток в Россию: даже в 2023 г. (за 9 месяцев) количество туристов, посетивших Россию, далеко от доковидных значений. В целом ориентир туристической отрасли в плане приёма туристов из-за рубежа в 2023 г. остаётся прежним – страны СНГ являются ключевым источником зарубежного интереса к российским курортам и достопримечательностям.

Тематика развития туристической отрасли неизменно привлекает научный интерес среди отечественных авторов. Среди работ стоит отметить статьи Блохиной Д.Е. [5], Жуковой К.С. [6], Зубовой О. Г. [7], Кабановой Е.Е. [8], Темишевой А.Т. [9], Томайлы А.Е. [10], Шмелёвой Я.А. [11]. В целом, перечисленные выше российские исследователи склоняются в своих работах к схожим с нашими выводами о том, что российская туристическая отрасль вошла в период быстрого роста за счёт увеличения внутреннего туризма по причине сокращения возможностей выезда за рубеж. Сокращение трансграничных перемещений происходило ещё с 2014 г. сначала вследствие первых санкций, а затем (с 2020 г.) ковидных ограничений, и уже в 2022 г. как по ужесточённым санкционным, так и экономическим причинам (вследствие падения курса рубля).

Цель исследования

Целью исследования является определение влияния развития туристической отрасли на экономику каждого региона в отдельности. Авторы выдвигают гипотезу о прямой связи высокого уровня экономического развития субъекта Федерации (выражаемого в абсолютном значении ВРП и ВРП на душу населения) с развитием туристической отрасли. Это мнение основывается на предположении, что граждане, проживающие в данном регионе, формируют основную часть потребления туристических услуг в регионе, что с одной стороны служит базисом развития отрасли. Так-

же логичен и вывод о том, что в более развитых в экономическом отношении регионах инфраструктура (социальная, культурная, транспортная, коммуникационная) находится на более высоком уровне, что повышает рекреационную привлекательность для туризма. В свою очередь, повышение туристического потока благоприятно воздействует на экономику региона. Поэтому развитие туризма и экономический статус субъекта Федерации на наш взгляд являются взаимосвязанными показателями. И в текущей работе мы проверяем высказанное выше предположение.

Материалы и методы исследования

Для решения поставленной задачи определения связи экономического развития с ростом туристического бизнеса региона используем в работе такие методы общенаучного познания как анализ и синтез. Кроме того, мы прибегаем к кластерному методу (в программе STATISTICA) и корреляционно-регрессионному анализу для однозначного вывода о взаимосвязи туризма с экономикой региона. Это позволит получить качественное представление о предпосылках развития туризма в субъектах Федерации.

Базовым источником информации исследования послужил раздел Росстата «Туризм», а также открытые данные Ростуризма.

Результаты исследования и их обсуждение

Выбор показателей для математико-статистического анализа

Как было отмечено во введении, мы предполагаем, что Развитие региональной туристической отрасли прямо связано с экономическим статусом региона относительно других субъектов Федерации. Для проверки нашей гипотезы о том, что туротрасль является одним из драйверов регионального развития с применением кластерного метода, требуется создание массива статистических показателей. Причём выборка данных переменных должна наилучшим образом отражать как экономическое состояние регионов, так и развитие туристической отрасли.

Таблица 2

Применяемые статистические индикаторы для кластерного анализа

№ п/п	Обозначение в работе	Ед. изм.	Полное наименование показателя
1	Z1	млрд руб.	ВРП в абсолютном исчислении
2	Z2	руб.	ВРП на душу населения
3	X1	тыс.	Оценка туристского потока по количеству ночёвок
4	X2	единиц	Число номеров в коллективных средствах размещения
5	X3	тыс. м2	Площадь номерного фонда коллективных средств размещения
6	X4	тыс. чел.	Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения
7	X5	тыс.	Число ночевки в коллективных средствах размещения
8	X6	млн руб.	Доходы коллективных средств размещения от предоставляемых услуг
9	X7	млрд руб.	Валовая добавленная стоимость (ВДС) туристской индустрии экономики региона
10	X8	%	Доля НДС туристской индустрии в ВРП региона

Источник: составлено автором по материалам исследования.

Для сравнительной оценки экономического развития субъектов Федерации целесообразно использовать два статистических индикатора: это ВРП в абсолютном исчислении и ВРП на душу населения. Первый индекс (Z1) будет характеризовать фактический уровень экономического развития региона в масштабах страны, а второй (Z2) – относительный с учётом численности населения.

Величины, характеризующие развитие туристической отрасли в региональном масштабе, целесообразно выбрать оценку туристического потока, а также ряд характеристик номерного фонда, позволяющего разместить необходимое количество отдыхающих, формирующих туристический поток субъекта Федерации. Также видится необходимым включить в расчёт финансово-экономические показатели туротрасли: доходы коллективных средств размещения, а также валовую добавленную стоимость туриндустрии для каждого региона.

Сведём массив отобранных показателей в таблицу 2 с указанием сокращённых наименований, используемых для удобства в дальнейшей работе.

Резюмируя содержание таблицы 2, отметим, что мы руководствовались стремлением максимально охва-

тить все статистические индикаторы, характеризующие развитие туристической отрасли в регионах, исключив лишь повторяющиеся друг друга или логично зависящие друг от друга величины. Также не включены в расчёт такие на наш взгляд незначимые показатели, как распределение номерного фонда по количеству звёзд классификации отелей.

Определившись с переменными, перейдём к непосредственному математико-статистическому анализу, который мы начнём с кластерного анализа.

Кластерный анализ

Наиболее подходящим методом для группировки регионов по показателям развития туротрасли является метод Уарда с применением Евклидова расстояния, так как комплекс этих параметров позволяет провести кластерный анализ с получением в итоге минимального числа кластеров. Это более удобно для понимания ситуации в отрасли и экономической взаимосвязи туризма с развитием региона в целом.

Дендрограмма, полученная в ходе анализа в программе STATISTICA, даёт качественное визуальное представление группировки регионов по выбранным в таблице 2 статистическим индикаторам (рис. 1).

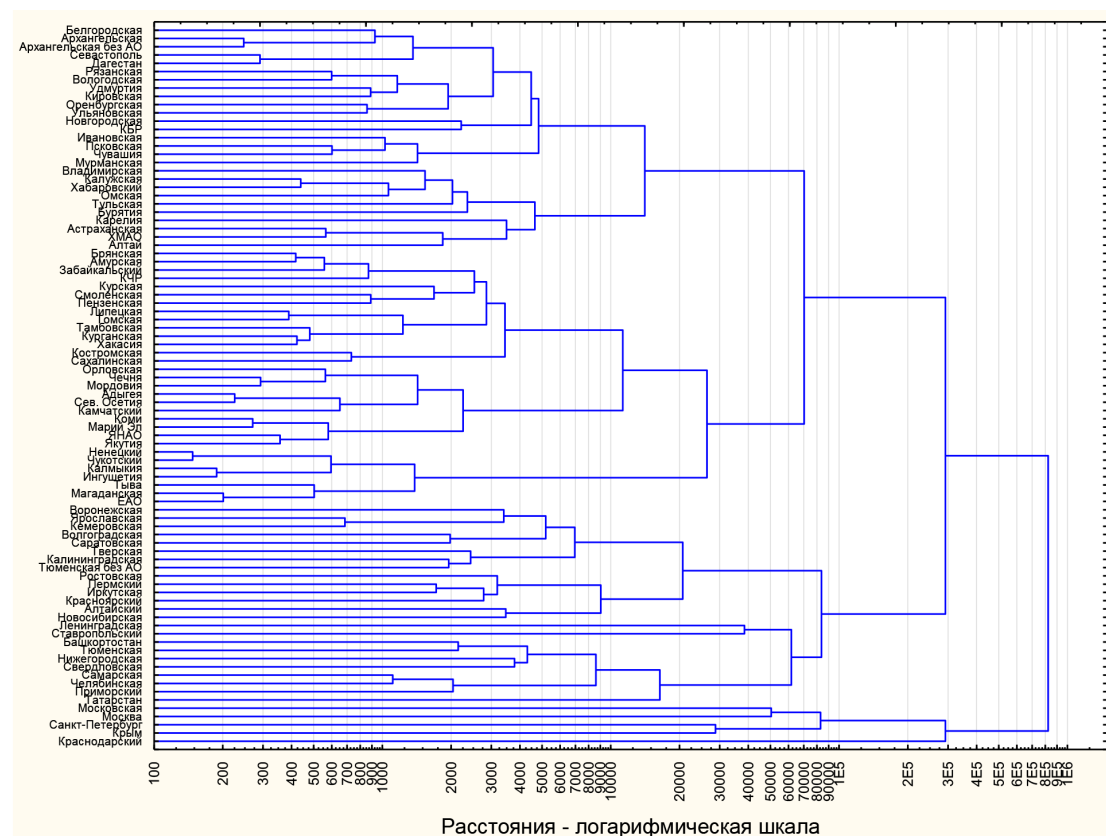


Рис. 1. Дендрограмма, характеризующая кластеризацию российских регионов по показателям развития туристической отрасли ($X_1, \dots, X_8$), метод Уарда, Евклидово расстояние

Источник: составлено автором по материалам исследования.

Таблица 3

Распределение регионов по кластерам в зависимости от статистических индикаторов развития туристической отрасли

№ кластера	Регионы, входящие в кластер
1	Белгородская, Брянская, Владимирская, Ивановская, Калужская, Костромская, Курская, Липецкая, Орловская, Рязанская, Смоленская, Тамбовская, Тульская, Карелия, Коми, Архангельская, Ненецкий, Вологодская, Мурманская, Новгородская, Псковская, Адыгея, Калмыкия, Астраханская, Севастополь, Дагестан, Ингушетия, КБР, КЧР, Северная Осетия, Чечня, Марий Эл, Мордовия, Удмуртия, Чувашия, Кировская, Оренбургская, Пензенская, Ульяновская, Курганская, ХМАО, ЯНАО, Алтай, Тыва, Хакасия, Омская, Томская, Бурятия, Якутия, Забайкальский, Камчатский, Хабаровский, Амурская, Магаданская, Сахалинская, ЕАО, Чукотский
2	Воронежская, Тверская, Ярославская, Калининградская, Ленинградская, Волгоградская, Ростовская, Ставропольский, Башкирия, Татарстан, Пермский, Нижегородская, Самарская, Саратовская, Свердловская, Тюменская, Челябинская, Алтайский, Красноярский, Иркутская, Кемеровская, Новосибирская, Приморский
3	Москва, Московская, Санкт-Петербург, Крым, Краснодарский

Источник: составлено автором по материалам исследования.

Таблица 4

Средние значения переменных для регионального кластерного анализа

Индикатор	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3
Z1	682	2062	8906
Z2	965	731	1089
X1	1989	8680	73932
X2	4277	15080	94778
X3	94	339	2232
X4	288	1135	6240
X5	1052	4251	32279
X6	2133	9887	73845
X7	2,1	9,9	73,8
X8	2,7	2,3	5,0

Источник: составлено автором по материалам исследования.

Рисунок 1 показывает, что по комплексу статистических характеристик развития туротрасли регионы целесообразно группировать в 3 группы. Стоящий особняком Краснодарский край стоит включить в кластер 1 вместе с Московской областью и другими субъектами. Так как масштаб дендрограммы не позволяет качественно оценить кластерное распределение субъектов, то вынесем группировку регионов в таблицу 3.

Как видно из таблицы 3, самый малый кластер – третий, где представлены регионы с достаточно высоким уровнем экономического развития. Самый массовый – первый кластер. Вторая группа, очевидно, характеризуется промежуточными значениями переменных между первым и третьим кластерами. Однако, для однозначного вывода целесообразно представить средние значения выбранных статистических индикаторов для каждого кластера из трёх полученных (табл. 4).

Из таблицы 4 хорошо заметно, что кластер 3, характеризующийся наиболее высоким уровнем ВРП в абсолютном выражении, одновременно с этим имеет самые высокие показатели туристического потока, количества гостиничных номеров и их использования отдыхающими. Доходы коллективных средств размещения в кластере 3 кратно превышают таковые для двух других кластеров. Валовая добавленная стоимость туристической индустрии в этих пяти регионах также несравнимо выше, чем в остальных регионах России.

Первый кластер характеризуется самыми низкими показателями ВРП и, вместе с тем, наименьшими значениями развития туристической отрасли. Причём это касается всех восьми выбранных переменных в нашем исследовании.

Как мы уже отметили выше, вторая группа регионов занимает промежуточное положение между первым и третьим кластерами, однако, по сумме характеристик располагаясь ближе к первому кластеру, имеющему меньший уровень развития, как туристического сектора, так и экономики регионов в целом.

ВРП на душу населения (Z2) во всех трёх кластерах в среднем примерно одинаков, разброс показателей не более 30%, что свидетельствует о невысокой роли данной величины в поиске связи между экономикой региона и развитием на его территории туристической отрасли. Исходя из его малой значимости, в дальнейшем корреляционно-регрессионном анализе данный показатель мы исключим.

Таким образом, кластерный метод подтвердил нашу гипотезу о прямой связи между экономикой и туризмом – более развитые в экономическом отношении регионы являются главными туристическими центрами нашей страны и основными точками притяжения отдыхающих, что является с одной стороны фактором развития этих регионов, а с другой, следствием их высокого экономического уровня благодаря развитой инфраструктуре как туристического, так и общего социально-экономического назначения.

Таблица 5

Результаты корреляционно-регрессионного анализа поиска взаимосвязи между уровнем экономического развития регионов и степенью развитости туристического сектора на их территории

№ п/п	Параметр	Уравнение регрессии	R	R ²	F> F-табл.?	Значимость F	Автокорреляция	Качество модели
1	Z1-X1	$Z1 = 0,083X1 + 871$	0,54	0,29	Да	≈0	нет	высокое
2	Z1-X2	$Z1 = 0,056X1 + 843$	0,46	0,21	Да	≈0	нет	среднее
3	Z1-X3	$Z1 = 2,5X1 + 824$	0,48	0,23	Да	≈0	нет	среднее
4	Z1-X4	$Z1 = 1,44X1 + 286$	0,74	0,55	Да	≈0	нет	высокое
5	Z1-X5	$Z1 = 0,23X1 + 675$	0,64	0,41	Да	≈0	нет	высокое
6	Z1-X6	$Z1 = 0,075X1 + 903$	0,50	0,25	Да	≈0	нет	среднее
7	Z1-X7	$Z1 = 75,3X1 + 903$	0,50	0,25	Да	≈0	нет	среднее
8	Z1-X8	$Z1 = -145,1X1 + 1930$	0,06	0,00	Да	0,56	нет	плохое

Примечание: R – коэффициент корреляции; R² – коэффициент детерминации; F> F-табл. – проверка, больше ли значение F_статистики, чем табличное значение F; значимость F – P-значение, проверка значимости уравнения регрессии, должно быть не более 0,05, для качественной модели – не менее 0,01; Автокорреляция – результат теста Дарбина-Ватсона на отсутствие корреляции остатков; Качество модели – общая авторская оценка качества полученной регрессионной модели на основе анализа её параметров.

Источник: составлено автором по материалам исследования.

Регрессионный анализ

Не смотря на очевидный подтверждённый вывод о прямой взаимосвязи экономики и туризма на региональном уровне, целесообразно провести корреляционно-регрессионный анализ, который позволит установить чёткую математическую связь между этими двумя экономическими явлениями. На данном этапе мы оценим корреляционную зависимость между экономическими показателями (Z1) и индикаторами туристической активности (X1, ..., X8) в регионах. Результаты вычислений максимально оптимизированы и представлены в таблице 5.

Как следует из таблицы 5, в целом подтверждается наш вывод для кластерного анализа о прямой связи развития туризма в регионах с их экономическими показателями. Особенно высокая корреляция наблюдается между ВРП и численностью отдыхающих в коллективных средствах размещения. И лишь один показатель – доля ВДС туристической индустрии в общем ВРП – не связан с общей величиной ВРП конкретного субъекта Федерации.

В ходе исследования также выяснился любопытный факт, что в отечественной статистике Валовая добавленная стоимость (ВДС) туристской индустрии экономики региона и Доходы коллективных средств размещения от предоставляемых услуг – это одна и та же величина. Было бы целесообразным в данном случае исключить задвоение статистики и двойственность формулировок, когда одна и та же величина имеет совершенно разное наименование в разных статистических формах.

Выводы

В ходе исследования убедительно продемонстрировано прямое влияние статистических индикаторов развития туристической отрасли на экономику регионов страны. Результаты кластерного и корреляционно-регрессионного анализа позволяют заключить, что развитый туристический сегмент характерен для регионов с самым высоким уровнем экономического развития.

Построенные регрессионные модели доказали, что, чем больше от-

дыхающих размещается в гостиницах и домах отдыха региона, тем выше его экономические показатели. Конечно, здесь можно говорить и о взаимном влиянии показателей друг на друга, поскольку регрессионный анализ подразумевает демонстрацию связи показателей, а не доказательства первичности какого-то из них. А кластерный анализ позволяет получить объемное

представление этой связи и группировку регионов на основании некоторых её численных параметров. Тем не менее, мы можем с определённой долей уверенности заключить, что туризм – один из драйверов развития регионов. И возможное обратное влияние экономики субъекта на туристическую активность не исключает нашего утверждения.

Библиографический список

1. Аргун Г.Р., Михалев И.В. Внутренний туризм в России: динамика развития // Экономические науки. 2023. № 224. С. 20-27. DOI: 10.14451/1.224.20.
2. Дементьев В.С., Андреев А.А. Динамика въездного и выездного туризма в России в период 2014-2022 гг. // Псковский регионологический журнал. 2023. Т. 19, № 1. С. 56-72. DOI: 10.37490/S221979310023983-4.
3. Манаков А.Г., Иванов И.А. Динамика туристского обмена России с соседними странами Северной Европы в 2004-2018 гг. // Псковский регионологический журнал. 2019. № 3 (39). С. 128-144.
4. Петров С.Н. Роль туристической отрасли в мировой и Российской экономике // Память сердца: Сборник трудов молодых ученых экономического факультета СПбГУ, посвященный 15-летию межкафедрального аспирантско-докторантского семинара кафедры мировой экономики и кафедры управления рисками и страхования. СПб.: ООО «Издательство ВВМ», 2019. С. 175-186.
5. Блохина Д.Е. Влияние пандемии коронавируса на туристическую отрасль Российской Федерации, меры по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19 // Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 25 сентября 2020 года. Том 2. М.: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2020. С. 22-35.
6. Жукова К.С. Анализ состояния туристической отрасли в Российской Федерации // Российская наука: тенденции и возможности: сборник научных статей. Том Часть 6. М.: Издательство «Перо», 2020. С. 69-72.
7. Зубова О.Г., Ахремчик Д.В. Экономические предпосылки восстановления российской туристической отрасли после эпидемии коронавируса // Управление и экономика в XXI веке. 2020. № 4. С. 15-20.
8. Кабанова Е.Е. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма // Экономическое развитие России. 2023. Т. 30, № 2. С. 51-59.
9. Темишева А.Т. Статистический анализ внешнего и внутреннего туристического потока в Российской Федерации за период 2014-2017 гг. // Экономика и предпринимательство. 2019. № 1 (102). С. 187-193.
10. Томайлы А.Е., Соколенко Е.В., Герасимова А.Е. Влияние внешнеэкономических санкций на туристическую отрасль Российской Федерации // Обеспечение экономической безопасности пространственного и социально-экономического развития при формировании эколого-ориентированной инновационной экономики: Материалы XXVI Международной научно-практической конференции, Улан-Удэ, 21–23 сентября 2022 года / ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления». Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 2022. С. 218-221.
11. Шмелева Я.А., Морозова О.И. Современное состояние туристической отрасли Российской Федерации // Наука сегодня: вызовы и решения: материалы международной научно-практической конференции, Вологда, 30 января 2019 года / Научный центр «Диспут». Вологда: ООО «Маркер», 2019. С. 68-69.