

УДК 338.48

ББК 65.433

DOI 10.22394/1682-2358-2021-4-96-106

M.V. Zbukova, post-graduate student of the Sociology and Information Technology Department, Central Russian Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

A.N. Karlov, post-graduate student of the Management and Public Administration Department, Central Russian Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

MAIN DIRECTIONS OF TOURISM SECTOR DEVELOPMENT IN A REGION (Case Study of the Orel Region)

Current conditions that determine the widespread development of domestic tourism, the search for new tourist products and services within the state are considered. The empirical basis of this article is the results of a sociological study of the main directions of the development of domestic tourism, conducted in April 2021 at the Department of Sociology and Information Technologies. It is summarized that improving the quality of tourist services, as well as complete and accessible information about tourist products will help to increase demand in the region by attracting potential tourists.

Key words and word-combinations: regional tourism, tourism sector, tourist activity.

М.В. Жукова, аспирант кафедры социологии и информационных технологий Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: filimonovamaria1995@yandex.ru)

А.Н. Карлов, аспирант кафедры менеджмента и государственного управления Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: karlovan785@rambler.ru)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА (по материалам Орловской области)

Аннотация. Рассматриваются современные условия, обуславливающие широкое развитие внутреннего туризма, поиск новых туристических продуктов и услуг в пределах России. Эмпирическую основу исследования составили результаты социологического опроса основных направлений развития внутреннего туризма, проведенного в апреле 2021 г. Сделан вывод, что улучшение качества предоставления туристических услуг, а также полная и доступная информация о туристических продуктах будут способствовать увеличению спроса в регионе потенциальных туристов.

Ключевые слова и словосочетания: региональный туризм, туристическая сфера, туристическая активность, Орловская область.

Пандемия COVID-19 стала сдерживающим фактором во многих соци-

ально-экономических сферах жизнедеятельности во всем мире. Туризм оказался одной из самых уязвимых отраслей в 2019–2021 гг. Достаточно развитые направления внешнего туризма сменились поиском качественного внутреннего туристического продукта.

Вопрос социально-экономического развития сферы туризма в России с каждым годом приобретает все большую актуальность. В период 2019–2021 гг. развитие внутреннего туризма стало не просто возможностью для повышения социально-экономического благосостояния территорий, но и необходимостью в связи с пандемией. Вектор решаемых государством задач развития смежных с туризмом секторов экономики, привлечения инвестиций в сферу туристического бизнеса, формирование новых рабочих мест смещается в сторону создания конкретных конкурентоспособных туристических продуктов, под которыми понимается использование туристического потенциала регионов.

Исходя из норм Федерального закона «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации», внутренний туризм — это временные выезды (путешествия) в пределах территории государства лиц, постоянно проживающих в России, в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания [1].

Эксперты подтверждают необходимость качественных перемен в туристической индустрии, которые должны касаться уже не столько законодательной базы или туристических агентств и организаций, сколько развития и повышения качества продуктов и услуг.

Основные направления и особенности развития сферы туризма в Российской Федерации характеризуют следующие факторы:

— государственный и региональный потенциал социально-культурного и исторического наследия с особенностями природно-климатического и географического характера, направленный на развитие и удовлетворение потребностей и интересов российских и иностранных туристов;

— повышение спроса на внутренний туризм обусловлено всеобщей эпидемиологической ситуацией и связанным с ней уменьшением возможностей выездного туризма;

— сокращение выездного туризма для соотечественников не отменяет возможность увеличения въездного туризма в Россию для иностранцев.

Развитие туризма требует комплексного подхода к решению задач транспортных передвижений и размещения туристов, обеспечения до-

ступности разнообразия досугово-развлекательных мероприятий с учетом соответствия цены качеству предоставления различных видов услуг для всех социальных категорий туристов.

Эксперты выделяют следующие наиболее перспективные туристические направления в российских регионах: спортивно-развлекательный и экстремальный туризм; событийный и гастрономический туристический отдых; туризм для бизнеса; лечебно-рекреационный туризм; сельский или экологический туризм; для жителей городов — поездки в выходные дни [2].

В современных условиях предполагается рост спроса на туризм, при котором совмещается отдых и работа, что возможно при дистанционном ведении профессиональной деятельности. Развитие туристического отдыха должно быть направлено на создание безопасных условий в период долгого отдыха, с возможностью непрерывной работы онлайн. Для обеспечения данных направлений требуется высокий уровень интернет-сервисов, автоматизации и бесконтактных сервисов обеспечения.

Необходимость сфокусироваться на вопросах развития регионального туризма подчеркивают эксперты-социологи. Согласно комментарию эксперта Центра социологических исследований ВЦИОМ И. Гращенкова, «данные нашего исследования свидетельствуют о высоком интересе среди россиян к путешествиям внутри России. Туристические операторы, пострадавшие от роста цен в долларах и евро, также заинтересованы в развитии внутреннего туризма. При этом хорошо известные и освоенные направления — Москва, Петербург, Крым, Сочи — работают на пределе инфраструктурных мощностей. В этой связи дальнейшее расширение туристических потоков представляется оптимальным, прежде всего, за счет освоения новых, пока «нераскрученных» направлений, а не перегрузки «фаворитов» [3].

Продвижение новых туристических направлений затрудняет ряд факторов, свойственных туристической сфере российских регионов. Трудности в предоставлении качественного туристического продукта обусловлены особенностями развития территорий, решить которые не под силу на региональном уровне. Необходимо расширение регионального и федерального взаимодействия и государственной поддержки в решении насущных проблем: слабой информированности потенциальных туристов как внутри регионов, так и в государственных масштабах, касающихся малоизвестных туристических направлений; сложной транспортной доступности; низкого уровня обслуживания обеспечивающих и смежных сфер туризма.

Стратегия развития внутреннего туризма в России до 2035 г. направлена на привлечение всех групп граждан для совершения путешествий внутри страны, что может быть обеспечено повышением доступности туристических услуг и продуктов.

Однако слабая узнаваемость, отсутствие региональных российских брендов, неустоявшийся или негативный имидж территорий снижает спрос в туристической сфере. Наличие так называемых территорий притяжения отечественных и иностранных туристов, формирующих разнообразные предложения и туристические продукты, предназначенные для различных категорий туристов (детей, молодежи, экстремалов и т.д.), не может справиться с расширяющимся спросом. Возникает необходимость реализации неиспользованного потенциала регионов.

В поисках точек роста для регионального туризма на кафедре социологии и информационных технологий Среднерусского института управления РАНХиГС было проведено социологическое исследование, нацеленное на выявление особенностей туристического поведения жителей региона и возможных путей развития туристической сферы. Эмпирическую базу работы составили результаты социологических исследований, проведенных в апреле 2021 г. по региону (Орловской области) под руководством доктора социологических наук, профессора А.А. Алексеенко в рамках Гранта Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь).

Методология исследования включает социологический анализ частотных распределений и таблиц сопряженности ответов на вопросы 302 респондентов — жителей Орловской области в возрасте от 18 лет и старше. Выборка — случайная с точностью 95% и доверительным интервалом 5%. Опрос респондентов проходил в дистанционной форме посредством анкетирования с использованием сервиса Яндекс.Формы.

По ряду вопросов проведен сравнительный анализ результатов регионального исследования и исследования ВЦИОМ, основанного на всероссийской выборке [4].

Региональный туризм, за исключением популярных туристических центров (Краснодарский край, Республика Крым, г. Москва, г. Санкт-Петербург и т.п.), остается потенциальным ресурсом для развития внутреннего туризма России. Туристическая активность населения Орловской области представлена на рис. 1.

По данным социологического исследования, каждый десятый житель Орловской области, как правило, не совершает туристических поездок. Туристически активные лица в последние пять лет отправляются

в поездки периодически, время от времени. Чуть менее одной трети респондентов (28,5%) вообще не ездят с целью туризма по Орловской области, хотя входят в число туристически активного населения и рассматриваются как потенциальные туристы региона при определенных условиях.

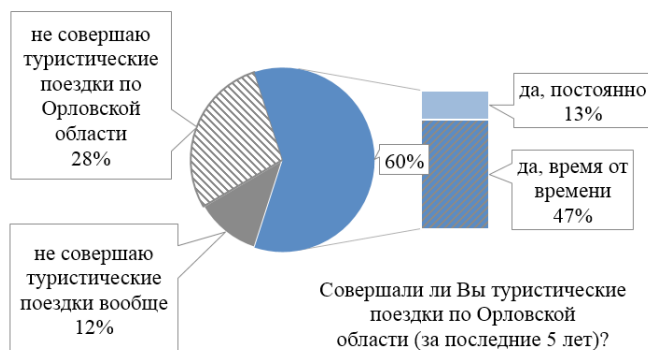


Рис. 1. Туристическая активность населения Орловской области

Основные условия для развития туризма в регионе были выяснены в ходе анализа таблиц сопряженности ответов на вопрос об основных аспектах, на которые обращают или обратят (для тех, кто пока не совершает турпоездки по региону) внимание респонденты при выборе места отдыха в Орловской области в зависимости от уровня туристической активности в регионе (табл. 1).

В целом наиболее важными основаниями выбора места туристического направления в регионе являются его важнейшие особенности: общая стоимость поездки; транспортная доступность места отдыха; развитость досуговой инфраструктуры. Те, кто совершает туристические поездки по Орловской области, чаще отмечают как необходимые составляющие туристического отдыха материальное наследие и природные ландшафты. Те, кто не совершает туристические поездки по региону, ценят в большей степени стоимость поездки и развитость досуговой инфраструктуры в месте отдыха. Следовательно, именно данные аспекты туристического отдыха в регионе не устраивают потенциальных туристов и служат фактором для выбора иных туристических направлений.

Таблица 1

На что обращают (обратят) внимание в первую очередь при выборе места отдыха в Орловской области те, кто совершает, и те, кто не совершает, туристические поездки по региону, %

Несколько вариантов ответа

Варианты ответов на вопрос: «На что вы обращаете (обратите) внимание в первую очередь при выборе места отдыха в Орловской области?»	Те, кто совершает туристические поездки по региону	Те, кто не совершает туристические поездки по региону
Общая стоимость туристической поездки (включая проживание, проезд, питание)	48,1	54,7
Транспортная доступность места отдыха (время в пути, качество транспортной инфраструктуры, удобство и проч.)	53,6	34,4
Развитость досуговой инфраструктуры (есть куда сходить, что посмотреть, предусмотрены ли развлечения для детей и для взрослых и проч.)	43,1	51,2
Комфорт размещения (в том числе возможность выбора из нескольких вариантов)	27,6	34,9
Качество обслуживания, сервис	29,3	22,1
Доступность и качество питания	17,1	18,6
Материальное наследие (архитектура, памятники, музеи и проч.)	38,7	22,1
Нематериальное наследие (язык, традиции и проч.)	4,4	7,0
Природные ландшафты (наличие озер, рек, лесов и проч.)	35,4	22,1
Проведение культурно-массовых мероприятий (фестивали, ярмарки, выставки, проч.)	19,9	19,8

В табл. 2 представлена оценка основных аспектов туристического отдыха. Таблица сопряженности характеризует разницу в оценках тех, кто совершали хотя бы одну поездку по региону, и респондентов, не совершающих туристических поездок в пределах Орловской области.

Таблица 2

**Аспекты туристического отдыха в Орловской области
в оценках респондентов**

Аспект отдыха, оцениваемого респондентами по пятибалльной шкале (5 – отлично, 1 – очень плохо)	Те, кто совершает туристические поездки по региону постоянно или время от времени, %	Те, кто не совершает туристические поездки по Орловской области, %	Среднее значение
1	2	3	4
Стоимость туров			
1	2,2	10,5	2,7
2	8,3	5,8	
3	34,8	25,6	
4	28,2	25,6	
5	11,6	4,7	
Комфортное проживание			
1	4,4	12,8	2,8
2	9,4	8,1	
3	31,5	22,1	
4	34,3	27,9	
5	8,8	5,8	
Возможность улучшения здоровья, лечения			
1	6,1	15,1	2,5
2	12,7	4,7	
3	34,8	33,7	
4	23,8	15,1	
5	8,3	8,1	
Качество питания			
1	2,2	7,0	3,2
2	7,7	7,0	
3	30,9	22,1	
4	35,9	37,2	
5	17,7	10,5	
Качество обслуживания, сервис:			
1	3,9	8,1	3,0
2	7,7	9,3	
3	34,3	24,4	
4	38,1	34,9	
5	10,5	7,0	

Аспект отдыха, оцениваемого респондентами по пятибалльной шкале (5 – отлично, 1 – очень плохо)	Те, кто совершает туристические поездки по региону постоянно или время от времени, %	Те, кто не совершает туристические поездки по Орловской области, %	Среднее значение
Гостеприимство местного населения			
1	1,7	8,1	3,4
2	7,2	11,6	
3	16,0	20,9	
4	33,7	24,4	
5	35,9	20,9	
Наличие доступных развлечений, возможность культурного досуга			
1	3,3	14,0	3,2
2	11,6	9,3	
3	28,7	24,4	
4	34,3	23,3	
5	17,7	15,1	
Безопасность отдыхающих			
1	2,8	5,8	3,2
2	6,6	8,1	
3	28,2	23,3	
4	39,8	26,7	
5	17,7	16,3	
Возможность узнать новое, побывать в интересных местах			
1	1,7	10,5	3,6
2	5,5	7,0	
3	21,5	22,1	
4	30,9	23,3	
5	38,1	24,4	
Природа и климат			
1	0,6	3,5	4,1
2	2,8	2,3	
3	9,4	15,1	
4	37,6	37,2	
5	48,6	33,7	
Состояние туристического транспорта			
1	6,1	14,0	2,7
2	12,8	12,8	
3	32,2	29,1	
4	29,4	17,4	
5	10,6	9,3	

Среднее суммарное значение всех предложенных для оценки аспектов туристической сферы региона равно 3,1. «Хорошо» респондентами оценивается такой аспект, как «природа и климат»; «чуть выше среднего» — «возможность узнать новое, побывать в интересных местах», «гостеприимство местного населения», «качество питания», «наличие доступных развлечений, возможность для культурного досуга» и «безопасность отдыхающих». Ниже средней оценки получили такие наиболее важные для потенциальных туристов (см. табл. 1) аспекты сферы туризма, как «стоимость туров», «комфортное проживание», а также «состояние туристического транспорта» и «возможность улучшения здоровья, лечения».

Для понимания уровня развития туристической сферы в регионе был проведен сравнительный анализ некоторых аспектов регионального (исследование, проведенное на кафедре социологии и информационных технологий) и всероссийского туризма (исследование ВЦИОМ) [4].

Таблица 3

Средние значения оценок некоторых аспектов туристического отдыха в Орловской области и в России

Аспект отдыха	Среднее значение оценок, %	
	Орловская область	Россия
Условия проживания	2,8	3,5
Лечебно-оздоровительные возможности	2,5	3,6
Качество питания	3,2	3,6
Качество обслуживания, сервиса	3,0	3,6
Доступность развлечений и культурно-досуговые возможности	3,2	3,8
Уровень безопасности отдыха	3,2	3,9
Возможность узнать новое, побывать в интересных местах	3,6	4,1
Природно-климатические условия	4,1	4,4

Среднее значение оценок основных составляющих туристического отдыха и досуга Орловской области ниже, чем средние показатели оценок этих же аспектов в общероссийском масштабе. При этом в аспекте «природа и климат» средние оценки совпадают, а это значит,

что благоприятные природно-климатические и географические условия региона являются на данный момент ключевыми точками для развития туризма. Тем не менее формирование актуального турпродукта, который сможет конкурировать с другими продуктами на рынке, необходимо строить с учетом проектной деятельности по благоустройству и развитию территорий, развития системы туристической инфраструктуры [5, с. 198]. При этом проектная деятельность должна быть направлена на улучшение комфортности проживания и обеспечение безопасности отдыхающих.

Региональные проблемы социально-экономического характера не позволяют сегодня в короткие сроки решить задачи, связанные с проблемами туризма. В целом по России изменения условий для туристического отдыха имеют положительную тенденцию (46,3% респондентов отмечают «изменения в лучшую сторону»), но по региону в большинстве своем таких перемен респонденты не видят (38,4%) (рис. 2).

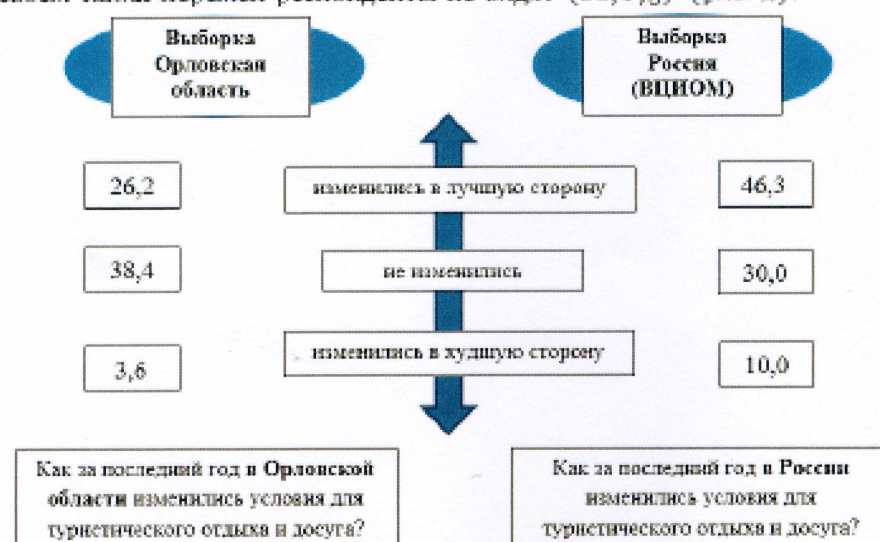


Рис. 2. Изменение условий для туристического отдыха и досуга

Следует отметить, что по методологии регионального социологического исследования предполагалось выявление мнений среди тех, кто отмечает отсутствие изменений, вместе с оценкой ситуации. Так, среди 38,4% респондентов, отметивших, что условия для туристического отдыха и досуга не изменились, 18,2% считают их хорошими и 20,2% — плохими. Следовательно, возникает задача не допустить стагнации развития региональной туристической сферы.

Помимо социально-экономической поддержки туризма, необходимо разработать информационную систему продвижения туристического продукта региона. В настоящее время, как утверждают респонденты регионального исследования, основными источниками получения информации о возможности проведения туристического отдыха в Орловской области являются друзья, знакомые (так называемое «сарафанное радио») — 37,2% и Интернет — 36,5% опрошенных. Более того, жители Орловщины отмечают, что «чем интереснее поездка, тем почему-то сложнее найти информацию про нее».

Таким образом, в современных условиях регионам Российской Федерации, в частности Орловской области, целесообразно использовать уже существующие конкурентные преимущества в сфере внутреннего туризма с учетом исторической ценности территории, ее природно-климатического потенциала. При этом требуется работать над улучшением ключевых аспектов туристического отдыха, таких как соответствие цены и качества предоставляемых услуг, повышение транспортной доступности, совершенствование территориальной инфраструктуры, расширение возможностей для реализации потребностей разных групп населения в сфере туризма. Преодолению возникшей стагнации развития регионального туризма, привлечению потенциальных туристов, безусловно, способствуют современные маркетинговые и информационные технологии, позволяющие широкий обмен информацией о туристических возможностях регионов.

Библиографический список

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сент. 2019 г. № 2129-р. URL: <https://tourism.gov.ru/upload/iblock/298/Стратегия%20развития%20туризма%20на%20период%20до%202035%20года.pdf>
2. *Никольская Е.* Стратегия развития внутреннего туризма в России в 2021 году // Welcome Times: мнения. 2021. 4 марта. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu>
3. Аналитический доклад «Внутренний туризм: курс на расширение!» / ВЦИОМ: сайт. 2020. 29 янв. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/vnutrennij-turizm-kurs-na-rasshirenie>
4. Аналитический обзор: «Итоги туристического лета – 2020» / ВЦИОМ: сайт. 2020. 29 сент. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-turisticheskogo-leta-2020>
5. *Карлов А.Н., Богатырев Р.А.* Развитие туризма в Российской Федерации как вектор реализации туристского потенциала в регионах // Среднерусский вестник общественных наук. 2020. Т. 15, № 6. С. 191–200.