

**Воскресенский В. Ю.**

*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры «Социально-культурный сервис и туризм»,  
Московской гуманитарный университет*

**Чайнов В. И.**

*кандидат технических наук,  
генеральный директор ООО «Многопрофильная фирма «Сигма ЛВО»»*

## **Прогнозная оценка роста въездного туристического потока в России на уровне федеральных округов**

*К числу актуальных проблем экономики России относится поиск альтернативных нефтегазовой отрасли направлений её развития. Одним из таких направлений является въездной туризм. В настоящей статье решается актуальный вопрос по оценке перспектив развития въездного туризма в России на уровне Федеральных округов. Предлагается экспертно-аналоговый метод решения этого вопроса и приводятся результаты экономических оценок, а также даются рекомендации организационного характера.*

*Ключевые слова: туристические прибытия, туристические ресурсы, привлекательность туристических ресурсов, страны-аналоги, туристические рекреационно-оздоровительные комплексы.*

## **Projection of growth of an entrance tourist stream in Russia at the level of federal districts**

*Search of the directions of its development alternative to oil and gas branch belongs to number of actual problems of economy of Russia. One of such directions is entrance tourism. In the present article topical issue is resolved according to prospects of development of entrance tourism in Russia at the level of Federal districts. The expert and analog method of the solution of this question is offered and results of economic estimates are given, and also recommendations of organizational character are made.*

*Keywords: tourist arrivals, tourist resources, appeal of tourist resources, countries analogs, tourist recreational and improving complexes.*

На первых этапах человеческой цивилизации путешествие удовлетворяло простое человеческое любопытство. Затем оно выполняло функцию поиска хлеба насущного. В средние века были Крестовые походы, совершались Великие географические открытия и путешествие осуществлялось в интересах торговли и завоеваний. В

---

---

новое время путешествия шли в разрезе военных компаний могущественных государств за передел мира. А в 20-ом веке путешествие приобрело форму международного туризма.

Сегодня туризм активно развивается. Люди стали путешествовать осмысленно в деловых, религиозных, лечебно-оздоровительных, образовательных и иных целях. Эффективным средством массовой востребованности и широкой доступности культурных и рекреационных ценностей стал культурный туризм. Повышение уровня жизни населения и расширение возможностей свободного передвижения по миру способствовали появлению миллионов путешественников. Туризм стал играть такую роль в жизни общества, что превратился в уникальную крупномасштабную мировую индустрию, а туристические ресурсы становятся важнейшей частью национального богатства многих стран. В 2006г. по данным Всемирной туристической организации число туристических путешествий в мире превысило 842 млн. Принимающие страны заработали на этом 654,7 млрд. долл. США. В целом на туристический сектор с учётом сопутствующих отраслей в настоящее время приходится 10,4% мирового ВВП.

Путешествия и туризм стали сегодня одной из самых значительных индустрий в мире. Все страны знают о доходности международного туризма. Ежегодно в течение ближайших нескольких лет будут путешествовать около 600–700 млн. человек, ежегодные затраты туристов составят около одного триллиона долларов. Большие деньги означают, что туризм стал большим бизнесом. Фактически, для экономики многих стран он настолько важен, что между ними развернулась жесточайшая конкуренция. Великобритания так же желает привлечь туристов из Австралии, как США и Канада. «Если потенциальный турист может в следующем году посетить только одну страну, как это обычно бывает, то куда поедет этот турист и каким образом он решит проблему выбора маршрута?» Ответ на этот вопрос во многом зависит от привлекательности туристических ресурсов конкретной страны, требуемых финансовых средств, уровня сервиса и других факторов, которые необходимо учитывать при развитии в стране въездного туризма.

По мнению специалистов Всемирной туристической организации, туристические ресурсы России позволяют принимать ежегодно до 40 млн. въездных туристов. Если каждый турист израсходует в России две тысячи долларов США, то в стране останется 80 миллиардов долларов, что позволит в значительной степени избавиться от нефтегазовой зависимости.

Индустрия туризма и гостеприимства заняла достойное место в отраслевой структуре мировой экономики, аккумулируя значительные трудовые ресурсы и обеспечивая ежегодную доходность в сотни миллиардов долларов США. Нисколько не преувеличивая значение этой отрасли, следует отметить, что многие страны видят в ней спасение от экономических бед.

Что касается России, то 26 июля 2010 г. правительство Российской Федерации утвердило концепцию федеральной целевой программы развития внутреннего и въездного туризма. Как следует из недавней публикации — «цели в концепции заявлены грандиозные: к 2020 году Россия должна войти в десятку самых посещаемых стран» (Известия, 27 июля 2010 г. № 136, С. 3). На развитие туризма в ближайшие пять лет в стране выделяется 332 миллиарда рублей. Для того, чтобы правильно планировать развитие туристической отрасли нашей страны и её финансовое обеспечение, необходимо осуществить прогнозирование роста въездного туристического потока и оценить требуемое для размещения ожидаемого числа туристов количество мест размещения.

Оценка перспектив роста въездного туристического потока в России на уровне федеральных округов с учётом их рекреационных потенциалов относится к числу актуальных прикладных задач, решение которых может быть заказано органами власти или ассоциациями туристических фирм с целью оценки ожидаемого экономического эффекта. Существуют различные подходы к решению подобных задач. В частности, можно использовать описательный метод физико—экономикографической характеристики каждого региона, проанализировать каждое территориальное сочетание туристических ресурсов (ТСТР), выяснить ожидаемый спрос на эти ресурсы, определить в перспективе возможности по приёму туристов и оценить ожидаемый экономический эффект. В рамках огромной территории нашей страны это очень громоздкая задача, для решения которой трудно получить большой объём необходимых данных. Мы предлагаем при решении указанной задачи ограничиться рассмотрением уровня Федеральных округов и использовать экспертно-аналоговый метод, который основан на экспертных балльных оценках привлекательности туристических ресурсов Федеральных округов и зарубежных стран, выявлении стран-аналогов нашим округам по привлекательности, численности населения и климатическим условиям, а также на оценке требуемого дополнительного количества мест размещения в округах, которое позволило

бы принять число туристов в округе, пропорциональное численности населения.

Под привлекательными мы будем понимать те туристские ресурсы, которые вызывают существенный интерес у определённых категорий туристов. При этом отметим, что понятие привлекательности в туризме, по нашему мнению, характеризует полезность или потребительскую стоимость конкретного ресурса для определённой категории туристов. Виды привлекательных туристских ресурсов определены следующим образом:

1) памятники древности, археологические раскопки, пещерные города и т.п.;

2) объекты культуры (музеи, музеи под открытым небом, картинные галереи, культурно-исторические объекты, и т.п.);

3) культовые сооружения (храмы, монастыри, святые места, почитаемые иконы);

4) объекты экологического туризма (национальные парки и заказники, охраняемые чистые водоёмы, реликтовые леса, места обитания редких представителей животного мира, особо чистые места пляжного отдыха;

5) целебные водоёмы, источники и грязи, лечебницы;

6) учреждения культуры театры, в т.ч. национальные, цирки, выставки;

7) развлекательные заведения (аттракционы, аналоги Дисней Лэнда, известные рестораны, зоопарки, зверинцы и т.п.);

8) авто и авиасалоны, народные национальные праздники, выступления хоровых ансамблей и другие объекты ситуативного туризма;

9) спортивные соревнования, спортивные сооружения, в т.ч. горнолыжные объекты, объекты экстремального туризма и скалолазания, места для подводного плавания и т.п.;

10) наличие и число конных, велосипедных и пешеходных, а также круизных, в т.ч. водных, маршрутов в сочетании с оригинальными пейзажами;

11) народные промыслы и обряды, объекты старинных видов производства;

12) места для охоты и рыбалки;

13) места сбора даров природы (грибов, ягод, орехов и др.).

В дальнейшем оценим с помощью экспертных оценок привлекательность каждого из перечисленных туристских ресурсов для конкретных европейских стран и Федеральных округов по десятибалльной

шкале (максимальная оценка — 10 баллов). Затем выявим страны-аналоги, близкие к нашим округам по указанным выше критериям и, используя сведения по этим странам о количестве мест размещения на тысячу населения (по данным Интернет), оценим, какое количество мест размещения должно быть в наших Федеральных округах, при котором можно достичь такого же соотношения числа туристских прибытий и численности населения, как и в зарубежных странах. После этого определим ожидаемое в перспективе число туристских прибытий для каждого Федерального округа при условии, что за счёт увеличения числа мест размещения на 1.000 человек до уровня страны-аналога в конкретном Федеральном округе будет достигнута и соответствующая величина показателя плотности туристического потока  $K1$ . ( $K1 = P_t/P_c$ , где  $P_t$  — число туристических прибытий в страну за год,  $P_c$  — численность населения страны). При использовании балльных оценок привлекательности туристических ресурсов необходимо иметь ввиду не только наличие определённого вида туристического ресурса, но и его социальную значимость и количественную выраженность, например, количество музеев, а также уникальность, например, уникальность Байкала или дельты Волги.

Оценку объектов экотуризма необходимо осуществлять с учётом наличия в конкретном регионе загрязнений атмосферы и водных ресурсов, численность зарегистрированных экологических преступлений (данные имеются в Интернет), а также степень их влияния на сохранность экологической чистоты соответствующего объекта. Отметим также, что при оценке объектов культуры Центрального и Северо-Западного Федеральных округов принималось во внимание наличие в них музеев с шедеврами мирового уровня (Москва, Санкт-Петербург и Ленинградская область).

Результаты экспертных балльных оценок привлекательности Федеральных округов приведены в таблице 1, где по горизонтали указаны номера, перечисленных выше туристических ресурсов (ТР), а по вертикали сокращённые наименования Федеральных округов.

*Таблица 1*

**Результаты экспертных оценок привлекательности туристических ресурсов (ТР) Федеральных округов**

<b>Округа/Номера турресурсов</b>														
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>итого</b>
ЦФО	8	10	8	4	5	10	8	8	9	4	6	4	5	89
СЗФО	8	0	8	5	5	9	6	6	8	4	7	5	5	86

ЮФО	6	7	6	4	5	6	5	6	10	5	6	5	4	75
СКФО	7	6	6	8	7	5	6	7	8	6	7	5	6	84
ПФО	8	7	6	5	5	6	6	7	6	4	6	6	7	78
УФО	7	5	5	6	6	5	4	7	7	3	5	6	8	74
СФО	7	6	4	9	7	5	3	3	4	7	7	9	8	79
ДВФО	5	5	4	8	9	4	4	3	6	5	5	9	9	76

В таблице 2 приведены аналогичные результаты для европейских стран, перечисленных по вертикали.

Таблица 2

**Результаты экспертных оценок привлекательности ТР  
зарубежных стран**

Страна / Номер турресурсов														итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Англия	8	10	5	4	3	5	6	2	10	3	4	6	2	68
Швеция	4	6	3	6	5	4	6	1	5	5	5	7	6	61
Франция	7	10	9	7	6	6	9	8	8	6	5	7	5	93
Германия	6	9	5	7	8	9	7	7	7	8	6	5	7	91
Чехия	6	8	6	6	7	7	2	5	5	5	5	4	4	70
Болгария	7	8	6	5	6	6	6	5	5	4	4	4	4	70
Греция	10	7	8	4	4	5	3	2	8	6	5	4	4	70
Турция	8	6	7	7	7	6	5	4	5	5	4	5	5	74
Египет	10	6	8	2	4	4	3	2	4	5	6	0	0	52
Китай	10	8	9	3	5	5	6	6	7	5	6	5	5	70
Финляндия	5	5	6	5	5	5	4	5	6	5	6	7	7	71

Из сравнения таблиц 1 и 2 следует, что практически все Федеральные округа конкурентоспособны с точки зрения привлекательности туристских ресурсов по отношению к зарубежным странам, хотя каждый округ обладает существенной спецификой по природно-климатическим условиям и территориальным сочетаниям туристических ресурсов.

В таблице 3 приведены Федеральные округа и выбранные для них страны-аналоги. Там же указана по данным Интернет численность населения округа, а также число месяцев в году, когда туризм может осуществляться эффективно (без климатических ограничений).

Учитывается, что в Центральный и Северо-Западный округа люди прибывают в основном для знакомства с объектами культуры, т. е. круглый год, а в Северо-Кавказском ФО люди зимой и весной могут заниматься горнолыжными видами спорта.

**Федеральные округа и выбранные нами страны-аналоги  
(по привлекательности)**

Фед. Округ	Численность населения (млн.)	Длительность сезона (мес.)	Страна-аналог
ЦФО	37	12	Германия
СЗФО	14,5	12	Германия
ЮФО	12,5	12	Англия
ПФО	32	5	Англия
УФО	12,6	5	Англия
СФО	20,8	5	Англия
ДВФО	7,2	5	Англия
СКФО	9,5	12	Германия

При выборе стран-аналогов рассматривались только европейские страны. Во внимание принимались не только общая привлекательность, но и её структура, а также численность населения. Малые страны и Франция, наиболее успешная страна в области туризма, в качестве аналогов не рассматривались ввиду слишком большого различия условий для развития туристической индустрии в этих странах по сравнению с Россией. К тому же многие российские туристические ресурсы за рубежом мало известны. Используя данные указанных выше таблиц, можно оценить число ожидаемых прибытий туристов в конкретный округ  $P_{то}$ , исходя из условия, что среднее число мест размещения на тысячу жителей в округе достигнет уровня страны-аналога.

Для определения величины  $P_{то}$  воспользуемся формулой:

$$P_{то} = K_c K_{IA} P_{CO},$$

где  $K_c$  — коэффициент сезонности (доля в году времени эффективной туристической деятельности);

$K_{IA}$  — показатель плотности турпотока (рассчитан по данным [ 2 ]);

$P_{CO}$  — численность населения конкретного округа (тыс. чел.).

Необходимое для реализации величины  $P_{то}$  число мест размещения  $M_0$  в округе получим по формуле:  $M_0 = n_A P_{CO}$ , где  $n_A$  — среднее число мест размещения на тыс. чел. в стране-аналоге. Результаты оценки ожидаемого числа прибытий туристов в округе и требуемого для этого числа мест размещения  $M_0$  приведены в таблице 4.

Таким образом, для того, чтобы выйти примерно на средний европейский уровень эффективности туристической отрасли, России необходимо иметь 3, 363 млн. мест размещения класса не ниже трёх звёздочек и при этом обеспечить прибытие в страну 39,5 млн. туристов. Если

Таблица 4

**Результаты оценки числа ожидаемых туристических прибытий  
Р<sub>то</sub> и числа мест размещения М<sub>о</sub>**

Фед. округ	ЦСО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДФФО	ИТОГО
Р <sub>то</sub> млн. чел.	11,1	4,36	6,05	2,85	6,67	2,63	4,34	1,5	39,5
М <sub>о</sub> тыс. мест	777	304,5	242	199,5	640	252	416	144	3363

считать число принимаемых туристов пропорциональным имеющемуся числу мест размещения, то в настоящее время страна должна была бы принимать ежегодно 14,777 млн. туристов против 5,060 чел. прибывших в 2010 г. [2], т.е. наша туристическая отрасль работает примерно в три раза менее эффективно, чем в других европейских странах, даже не являющихся передовыми в этой области. О причинах нашего отставания было сказано в [3]. В качестве одного из действенных средств скорейшего подъёма отрасли в [1] предлагается создать в регионах туристические рекреационно-оздоровительные комплексы (ТРОК) на базе местных территориальных сочетаний туристических ресурсов (ТСТР) с управляющими компаниями (организациями) и информационными центрами с разными вариантами участия местных органов власти и бизнеса. В каждом регионе желательно, используя предложенный в [1] подход, оценить, в границах каких ТСТР следует создавать ТРОК, с учётом местного кластера туризма. При положительном решении указанной задачи, целесообразно создать соответствующие управляющие компании (организации), которые организуют полноценную совместную деятельность всех участников ТРОК.

Они определяют, что следует показать туристам, куда свозить на экскурсии, чем занять их в свободное время, какие услуги могут быть им оказаны, разработают рекламу и решат массу других вопросов, а информационные центры обеспечат распространение рекламы и других информационных материалов, а также примут заявки на путёвки. Отметим также, что сейчас было бы своевременно создать управляющую компанию в строящемся комплексе «Горная карусель» в Красной Поляне. На наш взгляд, целесообразно рассмотреть возможность создания ТРОК на Камчатке, где имеются богатейшие туристические ресурсы (действующие вулканы, уникальная долина гейзеров, целебные воды, уникальные флора и фауна). Развитие туристической отрасли на Камчатке позволило бы привлечь туда туристов из АТР и, в том числе, из США, Китая и Японии. Авиа-перелёты из этих стран на

Камчатку стоят в 2-3 раза дешевле, чем из европейской части России. Появилась бы валюта, которая так необходима для развития экономики Дальневосточного региона. Появились бы новые рабочие места и снизился бы отток населения в другие регионы.

В заключение следует отметить, что туристическая индустрия играет ещё одну важную специфическую роль в решении социально-экономических проблем любой страны, а именно она обеспечивает занятость населения, высвобождающегося при закрытии промышленных предприятий, хотя и не всегда приносит большую прибыль. Об этой роли туриндустрии почему-то нередко забывают. По статистическим данным [ 2] на туристический сектор в 2011 году приходилось 3,6% мирового валового продукта, а занято было в этой отрасли 8,3% всего работающего населения планеты. Важно также то, что рассматриваемая отрасль обеспечивает развитие сопутствующих отраслей. Последнее обстоятельство необходимо учитывать в региональных программах развития индустрии туризма. Наиболее квалифицированные предложения о том, какие сопутствующие отрасли надо развивать в регионах, могут сделать управляющие компании ТРОКов.

#### **Используемые источники**

1. Воскресенский В. Ю. Российские рекреационно-оздоровительные комплексы, как фактор интеграции туриндустрии страны в систему международного туризма//Научно-практический журнал «Модернизация, инновации, развитие», № 4 (8), 2011.
2. Туризм в цифрах 2011. Федеральное агентство по туризму. Информационно-издательский центр «Статистика России», 2011.
3. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Издание 2-е. М.: ЮНИТИ. 2008.