

УДК 316.334.2, 316.334.52

DOI: 10.24412/1998-5533-2024-4-116-120

Социально-экономические эффекты и перспективы развития межрегионального сотрудничества в сфере туризма в России**Черноморец А.Б.**

Кандидат технических наук,
доцент кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса
Северо-Западного института управления – филиала
Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (Санкт-Петербург)

Шматко А.Д.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
Северо-Западного института управления – филиала
Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (Санкт-Петербург)



Актуальность работы обусловлена возрастающей ролью внутреннего туризма в социально-экономическом развитии российских регионов. Цель – выявить ключевые факторы, влияющие на межрегиональное сотрудничество в туристической отрасли, и предложить модель его эффективного развития. В исследовании были поставлены задачи анализа существующих проблем, связанных с инфраструктурой, кадровым дефицитом и сезонностью туризма, а также рассмотрения успешных примеров межрегиональных проектов. Предложена модель развития межрегионального сотрудничества в сфере туризма, что позволит регионам более эффективно использовать их туристический потенциал. Результаты исследования показывают, что успешное межрегиональное сотрудничество способствует повышению привлекательности туристических направлений, развитию инфраструктуры и созданию условий для устойчивого роста.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, межрегиональное сотрудничество, туризм, туристические маршруты, кадровые проблемы, постковидные тенденции

Для цитирования: Черноморец А.Б., Шматко А.Д. Социально-экономические эффекты и перспективы развития межрегионального сотрудничества в сфере туризма в России // Вестник экономики, права и социологии. 2024. № 4. С. 116–120. DOI: 10.24412/1998-5533-2024-4-116-120.

Туристическая отрасль в России претерпела значительное развитие за последние три десятилетия. В этот период произошли кардинальные изменения как в составе целевых аудиторий, так и в их предпочтениях, что, в свою очередь, отразилось на рынке туристических предложений. В начале 2000-х гг. внутренний туризм находился на периферии интере-

сов как туристов, так и туроператоров: российские туристические компании ориентировались в первую очередь на выездной туризм, так как существовало мнение, что внутренние путешествия не требуют профессиональной организации и российские туристы предпочитают по своей стране путешествовать самостоятельно [1]. Средств размещения вну-

три страны было недостаточно, а имеющиеся также были нацелены на обслуживание преимущественно иностранных туристов [2]. При этом отечественные путешественники в большинстве своем выбирали популярные зарубежные направления, такие как Египет и Турция, а затем и Таиланд, благодаря существующему там более высокому уровню сервиса и приемлемым ценам [3].

Однако за последнее десятилетие ситуация начала меняться и одним из ключевых факторов, оказавших влияние на внутренний туризм, стало активное участие государства в его развитии. В 2011 г. была принята Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» [4], затем Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 гг.» [5] и «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [6].

Важной вехой на пути развития туризма в нашей стране стало проведение зимних Олимпийских игр 2014 г. в Сочи, что существенно изменило туристическую инфраструктуру курорта. Благодаря крупным инвестициям в модернизацию и строительство объектов Сочи приобрел международную известность, а также стал более привлекательным для российских туристов. Через пять лет после проведения Олимпиады в городе фиксировался турпоток в объеме 6,5 млн туристов в год, тогда как до Олимпийских игр всего 3,5 млн [7].

После этого вниманию к внутреннему туризму стало уделяться гораздо больше. С принятием государственной программы «Развитие туризма» до 2030 г., утвержденной в 2021 г. [8], развитие отрасли приобрело новый импульс, включая значительное финансирование из федерального бюджета. В рамках этой программы создаются уникальные условия для развития внутренних туристических направлений, что особенно актуально на фоне постковидных ограничений на международные поездки. В результате в 2022 г. количество туристических поездок внутри страны, по данным Росстата, выросло до 153,9 млн, а в 2023 г. – до 158,7 млн поездок [9].

На сегодняшний день наиболее популярными регионами для внутреннего туризма в России остаются Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Московская и Ленинградская области, а также Крым и Татарстан. Эти регионы пользуются спросом как у туристов, так и у деловых путешественников. Центральный федеральный округ, в частности, выделяется как основной центр деловых поездок. Региональные столицы становятся ключевыми узлами для внутренних перемещений, что стимулирует развитие делового туризма.

По данным Росстата [9], более половины туристов размещается в коллективных сред-

ствах размещения. На рисунке 1 показаны данные о целях туризма лиц, размещенных в коллективных средствах размещения [10].

Из рисунка 1 видно, что на первом месте у россиян стоят поездки с целью проведения досуга и отдыха, а на втором – лечебные и оздоровительные процедуры. Велнес-туризм, сочетающий в себе как проведение досуга и отдыха, так и оздоровление и являющийся фактически разновидностью лечебно-оздоровительного туризма, существенно развился в постпандемийный период. Многие регионы предлагают путешественникам короткие оздоровительные программы, рассчитанные на 3–5 дней пребывания в санатории или спа-отеле и включающие интенсивные лечебно-оздоровительные процедуры: лечебные ванны, душ Шарко, массаж и прочие виды воздействия, позволяющие за короткое время снять стресс и оздоровить организм [11]. Также исследователи [12; 13] отмечают, что одной из ярко выраженных тенденций в развитии внутреннего туризма в последние годы стало сочетание деловых поездок с отдыхом, известное как «*bleisure*» (от английских слов *business* и *leisure*). Этот формат, сочетающий бизнес и отдых, активно набирает популярность среди деловых путешественников, которые продлевают свои поездки, добавляя несколько дней для отдыха или участия в оздоровительных процедурах. Такой подход не только отвечает текущим запросам потребителей на баланс работы и личного времени, но и способствует развитию туризма в регионах. Например, многие курорты предлагают краткосрочные программы, такие как «уставший менеджер», рассчитанные на деловых туристов, которые могут совместить рабочие поездки с оздоровительными мероприятиями. Это создает уникальные возможности для межрегионального сотрудничества, когда деловые мероприятия проводятся в одном регионе, а отдых – в соседнем, что способствует развитию экономик сразу нескольких территорий.

Несмотря на положительные тенденции, развитие межрегионального сотрудничества в сфере туризма сталкивается с рядом значительных проблем [14]. Ключевые из них:

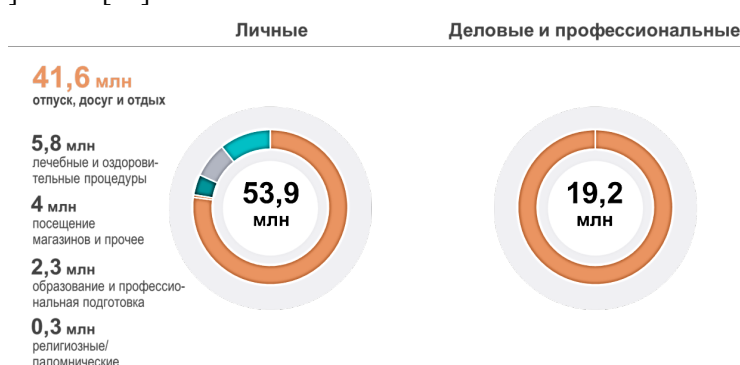


Рис. 1. Цели поездок размещенных лиц в коллективных средствах размещения в 2022 г.

(диаграмма составлена авторами по данным Росстат)

1. Инфраструктурные ограничения: транспортная доступность ряда регионов остается слабым звеном. Плохое состояние дорог, недостаточное развитие железнодорожных узлов и аэропортов усложняет туристические поездки, особенно для больших групп. Это снижает привлекательность некоторых регионов для массового туризма. Проблема становится особенно острой в регионах с низким уровнем развития инфраструктуры [15].

2. Недостаток качественных объектов размещения и сервиса: наличие разнообразных и качественных объектов размещения является важным фактором для туристов, особенно для групповых поездок. Однако в ряде регионов, особенно в удаленных частях страны, выбор таких объектов остается ограниченным. Это тормозит развитие туризма в этих регионах, так как туристы зачастую не готовы к компромиссам в отношении качества размещения [16].

3. Проблемы с квалифицированными кадрами: нехватка профессионалов в туристической сфере — одна из серьезных проблем для многих российских регионов. Несмотря на то что высшие учебные заведения начали предлагать программы по туризму и гостиничному делу, многие регионы по-прежнему испытывают трудности с привлечением и удержанием квалифицированных кадров [17].

4. Сезонность и экстремальные климатические условия: регионы, такие как Сибирь и Арктика, предлагают уникальные туристические программы, но их привлекательность ограничена сезонностью и экстремальными климатическими условиями. Это сужает целевую аудиторию и ограничивает объемы туристических потоков. Тем не менее такие регионы продолжают привлекать интерес нишевых рынков, включая арктический и этнографический туризм [18].

5. Неравномерное распределение туристических объектов: качество и количество туристических достопримечательностей в различных регионах варьируется. В некоторых регионах объекты культурного и природного наследия слабо развиты или недостаточно рекламируются, что снижает их привлекательность. Важно учитывать, что многие регионы сталкиваются с проблемой недофинансирования в области развития туризма [19].

Решение указанных проблем возможно через межрегиональное сотрудничество, которое способно объединить ресурсы и потенциал различных регионов. Совместные усилия по развитию туристической инфраструктуры, созданию новых маршрутов и улучшению качества сервиса могут способствовать превращению внутренних регионов России в конкурентоспособные туристические направления. Например, развитие межрегиональных туристических продуктов может помочь решить проблему транспортной доступности, а также увеличить объемы туристического потока за счет создания комплексных предложений для путешественников [20].

Модель создания и развития межрегиональных туристических продуктов, представленная на рисунке 2, предлагает создание новых смыслов и имиджа туристических направлений, привлечение квалифицированного персонала и разработку маркетинговых стратегий. При этом важной составляющей является интеграция усилий как бизнеса, так и органов государственной власти.



Рис. 2. Модель создания и развития нового межрегионального турпродукта

Авторы считают, что предложенная модель (рис. 2) может внедряться в нескольких ключевых направлениях:

1. Маркетинг и продвижение. Важную роль в продвижении межрегиональных туристических продуктов играют эффективные маркетинговые стратегии. Для повышения спроса необходимо учитывать особенности целевой аудитории, разрабатывая предложения, соответствующие потребностям различных групп, таких как студенты, пожилые люди и семьи.

2. Государственно-частное партнерство. Развитие туризма во многом зависит от взаимодействия государственного и частного секторов. Государственная поддержка в виде улучшения инфраструктуры и предоставления бизнес-стимулов может стимулировать частные инвестиции в туристические проекты.

3. Региональные соглашения. Формализация межрегиональных соглашений создает платформу для долгосрочного сотрудничества. Такие соглашения могут охватывать совместные маркетинговые усилия, проекты по развитию инфраструктуры и координацию действий по привлечению туристов.

Примеры успешных межрегиональных проектов уже существуют в России. Так, туристический маршрут по Шелковому пути, охватывающий несколько субъектов Северо-Кавказского федерального округа, привлекает внимание туристов своей культурной и исторической значимостью. Этот проект демонстрирует, как можно использовать межрегиональное сотрудничество для создания туристического продукта, способного заинтересовать широкую аудиторию.

Круизный туризм — еще одно направление, активно развивающееся благодаря межрегиональным усилиям. Популярны круизы по Волге и Енисею объединяют несколько регионов, предоставляя туристам возможность исследовать разные части страны в рамках одного путешествия.

Культурные и исторические маршруты, такие как «Золотое кольцо» и «Серебряное ожерелье», «Государева дорога», остаются одними из наиболее успешных примеров межрегионального сотрудничества. Эти программы развиваются на протяжении многих лет и продолжают привлекать как российских, так и иностранных туристов. Важно отметить, что такие маршруты охватывают сразу несколько регионов, объединяя их общими темами и целями.

Таким образом, межрегиональное сотрудничество в туризме играет ключевую роль в социально-экономическом развитии российских регионов. Оно способствует укреплению связей между различными частями страны, развитию инфраструктуры и созданию устойчивых туристических продуктов.

Исследования показывают, что туризм оказывает существенное влияние не только на экономику, но и на социальные структуры общества, способствуя изменению миграционных потоков, улучшению условий занятости и стимулированию культурных обменов между регионами, создавая таким образом предпосылки для устойчивого развития региона.

Проблемы, такие как нехватка кадров и неравномерное развитие инфраструктуры, требуют комплексного подхода, включающего как экономические, так и социальные аспекты. Важно учитывать, что дальнейшее развитие межрегионального сотрудничества в сфере туризма зависит от готовности регионов к активной кооперации и совместным проектам. Только в условиях скоординированных усилий возможен рост туристической отрасли в долгосрочной перспективе, что, в свою очередь, приведет к развитию регионов и укреплению социальной стабильности.

Литература:

1. Рябова Т.В., Эртман Е.В. Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма // Сервис +. 2016. № 3. С. 3–7.
2. Латышев А.В. Туризм в России в 1990-е годы: профессионально-экспертный дискурс // Вестн. Перм. ун-та. Сер. История. 2018. № 4 (43). С. 124–133.
3. Шульгина О.В., Шульгина Д.П. Постсоветский период в истории развития туризма в России: кардинальные преобразования и особенности развития // Genesis: исторические исследования. 2023. № 3. С. 62–72.
4. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644 «Об утверждении Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» // СПС Гарант.
5. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 317 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013-2020 годы» // СПС Гарант.
6. Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 г. № 941-р «Об утверждении «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» // СПС Гарант.
7. Город-сказка, город-курорт. Сочи спустя пять лет после Олимпиады. URL: <https://tass.ru/v-strane/6081079>.
8. Государственная программа «Развитие туризма», утверждена постановлением Правительства от 24 декабря 2021 г. № 2439. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/899/events/>
9. Государственная статистика. Туристский поток (по числу туристских поездок) URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/62157>
10. Государственная статистика. Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>
11. Заварика Г.М., Федоренко К.С. Велнес-туризм как возможность развития территории в условиях постконфликтна и пандемии // Туризм и гостеприимство. 2020. № 2. С. 28–35.
12. Замятина Н.А., Збарская А.В. Специфика инновационной деятельности в туризме эпохи новой реальности // Вестник ГУУ. 2021. № 9. С. 112–121.
13. Зотов Е. Д. Влияние профессионально-деловых целей и источника финансирования на статус субъекта деловой поездки // Вестник ГУУ. 2021. № 5. С. 69–76.
14. Бутова Т.В., Пухова М.М., Щукин И.А. Проблемы и перспективы становления института межмуниципального сотрудничества в России // Управленческие науки. 2013. № 3 (8). С. 4–15.
15. Игнатъева Т.А. Кризис в отечественном туризме: проблемы и пути выхода // Экономика и управление. 2020. № 12 (182). С. 1360–1366.
16. Суранова О.А. Дифференцированный подход к осуществлению государственной финансовой поддержки современных средств размещения туристов в РФ // Известия БГУ. 2022. № 3. С. 550–561.
17. Жигунова Г.В., Шарова Е.Н. Потребность в кадрах туристической отрасли (на материалах экспертного опроса) // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 12 (92). С. 33–39.
18. Крюкова Е.М., Горбачевская А.В., Зеленов В.В., Галстян В.В. Характеристика и особенности внутреннего туристского рынка на современном этапе развития экономики России // Инновации и инвестиции. 2021. № 10. С. 173–177.
19. Шулятьева Л.И., Малышева Д.А. Развитие неорганизованного туризма: проблемы и повышения эффективности // МНИЖ. 2022. № 10

(124). DOI: 10.23670/IRJ.2022.124.70. URL: <https://research-journal.org/archive/10-124-2022-october/10.23670/IRJ.2022.124.70> (дата обращения: 28.11.2024).

20. Климова Т.Б. К проблематике чрезмерного туризма: поиск путей решения // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. № 4. С. 15–26.

Socio-Economic Effects and Development Prospects for Interregional Cooperation in Tourism in Russia

Chernomorets A.B., Shmatko A.D.

The North-West Institute of Management branch of the Russian Federation Presidential Academy of National Economy and Public Administration

The relevance of the work is due to the growing role of domestic tourism in the socio-economic development of Russian regions. The goal is to identify the key factors influencing interregional cooperation in the tourism industry and propose a model for its effective development. The study set the objectives of analyzing existing problems related to infrastructure, personnel shortages and seasonality of tourism, as well as considering successful examples of interregional projects. A model for the development of interregional cooperation in tourism is proposed, which will allow regions to use their tourism potential more effectively. The results of the study show that successful interregional cooperation helps to increase the attractiveness of tourist destinations, develop infrastructure and create conditions for sustainable growth.

Keywords: socio-economic development, interregional cooperation, tourism, tourist routes, personnel problems, post-covid trends

