

М.В. Морошкина, С.В. Кондратьева

ДОСТУПНОСТЬ ТУРИЗМА И ОТДЫХА ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Стимулирование туристско-рекреационной сферы деятельности, с одной стороны, в качестве фактора социально-экономического развития российских регионов, с другой – как удовлетворение потребности населения в восстановлении физических и эмоциональных сил актуализирует проблематику исследования доступности туризма и отдыха. Наблюдаемая дифференциация субъектов РФ по возможностям организации отдыха и туризма определяется рядом факторов. Одним из ключевых представляется экономический фактор, детерминирующий возможности туристской поездки и выбора дестинации для населения российских регионов.

Целью исследования является выделение на основе интегрального индикатора уровня платежеспособного спроса типологических групп российских регионов по доступности для населения туризма и отдыха. Выделено пять типологических групп регионов РФ, различающихся по возможностям организации отдыха и туризма. В пятой части субъектов РФ население обладает высокими и выше среднего возможностями в организации отдыха и выборе дестинаций. Их можно рассматривать в качестве доноров туристов для других российских регионов и для собственной территории, они стимулируют развитие внутреннего туризма в России, а также выступают потенциальными потребителями услуг зарубежных туристских дестинаций. Большая часть российских регионов (68,2%) относятся к группам низкого и ниже среднего уровня возможностей для населения в организации отдыха и туризма, что актуализирует проблематику доступности внутреннего туризма и отдыха. Дальнейшее исследование будет направлено на выявление доступ-

ности внутреннего туризма для населения регионов данных типологических групп с учетом ценового фактора, инфраструктурных и иных возможностей территорий, в разрезе различных видов туризма.

В работе применены методы экономического анализа, сопоставления, сравнения, обобщения, индукции и дедукции.

Ключевые слова: экономический фактор; российский регион; индекс; интегральный индикатор; внутренний туризм

Для цитирования: Морошкина В.М., Кондратьева С.В. Доступность туризма и отдыха для населения России: экономический аспект // Регион: экономика и социология. – 2022. – № 3 (115). – С. 105–125. DOI: 10.15372/REG20220305.

ВВЕДЕНИЕ

Развитие внутреннего туризма представляется значимым направлением социально-экономического развития многих российских регионов с учетом вызываемого данной сферой экономической деятельности мультипликативного эффекта [2; 7; 8; 21]. Восстановление физических и иных сил человека, улучшение производительности труда являются второй важной причиной значимости развития туристско-рекреационной сферы деятельности и внутреннего туризма [6; 9; 10; 20]. Кроме того, ограничения, вызванные пандемией COVID-19, кардинально изменили направления и возможности отдыха для населения большинства стран мира, включая и российских граждан [2; 12]. Современные вызовы усилили значимость развития внутреннего туризма в России, появился поддерживающий поездки российских граждан механизм государственной программы стимулирования внутреннего туризма «Туристический кешбэк»¹ [11; 15]. Кроме уже имеющихся стратегических документов по развитию туризма в Российской Федерации в настоящее время подготавливается национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». В связи с этим проблематика развития внутреннего туризма становится важной сферой научных исследований, актуализируются задачи определения

¹ URL: <https://xn--b1afakdgpzinidi6e.xn--p1ai/>.

факторов распределения внутренних туристских потоков с целью выработки рекомендаций по стимулированию данной сферы экономической деятельности.

Дифференциация российских регионов по возможностям организации туристско-рекреационной сферы деятельности и спектру туристских предложений в силу специфики территорий значительна, и одним из ключевых здесь является экономический фактор, определяющий возможности совершения туристской поездки и выбора дестинации жителями России. Именно этой актуальной проблематике посвящено настоящее исследование, целью которого является выделение на основе интегрального индикатора уровня платежеспособного спроса типологических групп российских регионов по доступности для населения туризма и отдыха. Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут послужить для последующей выработки дифференцированного комплекса мер для регионов с разными возможностями. Для достижения поставленной цели в работе последовательно решены следующие задачи: 1) определен комплекс индексов, характеризующих экономический фактор доступности туризма для населения; 2) произведены расчеты индексов и интегрального индикатора экономического фактора в региональном разрезе; 3) выделены типологические группы российских регионов по экономическому фактору доступности туризма для населения; 4) предложен дифференцированный комплекс мер для стимулирования туристско-рекреационной деятельности в регионах с различными возможностями. Объектом исследования является доступность туризма и отдыха для населения России в региональном разрезе. Предмет исследования – экономические аспекты организации туризма и отдыха для населения российских регионов.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Среди факторов формирования и распределения внутренних туристских потоков выделяются как стимулирующие, так и сдерживающие развитие внутреннего туризма: природно-климатический, географический, культурно-исторический, инфраструктурный, эконо-

мический, институциональный, социокультурный и иные факторы. В рамках изучения сферы туризма исследователи оценивают туристский потенциал, применяя интегральные показатели на основе оценок ресурсного, инфраструктурного, производственного и других факторов. Так, В.П. Расковалов предлагает рассматривать потенциал территории, определяемый природным, историко-культурным и транспортным блоками [14].

Географический фактор в исследовании сферы туризма имеет важное значение, так как формирует возможности для ее развития. Фактор географической доступности достаточно изучен как с позиции конкурентных преимуществ, так и с позиции барьерных ограничений [3]. Исследование влияния фактора географической доступности на развитие туристско-рекреационной сферы на основе комплексной оценки географической, транспортной и инфраструктурной доступности проведено на примере регионов СЗФО². Имеются работы по экономической оценке транспортной доступности для целей отдыха и туризма [17].

Инфраструктурные факторы, образуя достаточно обширную и разноплановую группу факторов (начиная от уровня развития региональной туристской, информационной инфраструктуры и до уровня развития национальной транспортно-логистической инфраструктуры), играют значимую роль в развитии туристской сферы деятельности в национальном и региональном масштабах, определяя направления и объемы туристских потоков.

Вместе с тем при широком спектре туристских предложений решающим для осуществления туристской поездки, выбора дестинации становится экономический фактор. Так, в коллективной работе исследователей из МГУ им. М.В. Ломоносова и Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» показано влияние макроэкономических процессов на доходы населения и уровень его благосостояния, определяющие в том числе структуру расходов на услуги туризма и отдыха [22].

² См.: *Морошкина М.В., Кондратьева С.В.* Региональная доступность как фактор развития туристского направления // Регионология. – 2021. – Т. 29, № 1. – С. 60–81. DOI: 10.15507/2413-1407.114.029.202101.00-00.

Отдельную группу составляют работы, посвященные проблематике шопинг-туризма, особенно в приграничье, учитывающие финансовые затраты путешественников, функционирование туристской сферы и социально-экономические эффекты для регионального развития [17; 19].

В совместной работе исследователей из университетов Гонконга и Новой Зеландии, посвященной анализу въездного потока россиян в приграничные регионы Китая, раскрыта значимость ряда социально-экономических и транспортно-логистических факторов [17].

Отдельного внимания заслуживают работы, изучающие вопросы межрегиональной дифференциации социально-экономического развития регионов России³. Отмечается проблема низкой платежеспособности населения как фактора, сдерживающего развитие внутреннего туризма [13]. В контексте нашего исследования заслуживает внимания работа В.В. Коваленко (МГУ им. М.В. Ломоносова), в которой рассматривается дифференциация российского населения по доходам и возможностям потребления туристских услуг в период 1990–2006 гг. Анализ динамики объема потребляемых услуг и структуры населения страны по достатку позволил исследователю сделать вывод о высокой доступности туризма для среднеобеспеченных и высокообеспеченных групп российских граждан и значительном потенциале внутреннего туризма в РФ за счет сокращения численности низкообеспеченной и бедной групп населения [5].

Интересной представляется предложенная коллективом авторов методика расчета показателя туристского потребления на основе официальных статистических данных и данных обследований туристов в гостиницах и на транспортных терминалах Ярославской области в 2013 г., с помощью которой сделаны количественные оценки объема туристского потребления и его доли в общем объеме потребления характерных туристских товаров и услуг [4].

Исследование особенностей развития сферы внутреннего туризма в России, проведенное Е.Г. Леонидовой на основе официальных ста-

³ См.: *Moroshkina M.V.* Differentiation of the regions of Russia based on level of economic development // *Studies on Russian Economic Development*. – 2016. – Vol. 27, No. 4. – P. 441–445.

тистических данных, а также результатов социологических опросов Всероссийского центра изучения общественного мнения, позволило автору заключить, что активизация внутреннего туризма возможна при условии создания доступного по цене качественного туристского продукта на базе существующих и потенциальных туристских ресурсов, а также проведения мероприятий, направленных на стимулирование сбыта (в первую очередь предоставление скидок, бонусов, проведение акций и т.п.) [7].

Таким образом, накопленный научный потенциал актуализирует значимость исследований экономического фактора в развитии внутреннего туризма. Вместе с тем имеющиеся наработки российских авторов по исследуемой проблематике достаточно фрагментарны как в отношении временного диапазона, так и в отношении пространственного распределения и не позволяют в полной мере оценить доступность туризма и отдыха для населения в региональном разрезе. Настоящее исследование, базирующееся на совокупности экономических и демографических показателей российских регионов, позволит выделить типологические группы российских регионов по доступности для населения туризма и отдыха, определить регионы как с высокими (регионы – доноры внутренних и международных туристов), так и с ограниченными возможностями населения в осуществлении мероприятий туризма и отдыха.

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оценка доступности туризма и отдыха для населения российских регионов произведена на основе расчета интегрального индикатора экономического фактора. В работе использованы официальные статистические данные Росстата. Основой предложенной методики является выделение совокупности рассчитанных индексов, описывающих различные количественные и качественные характеристики экономического фактора, по значениям которых можно судить о возможностях организации отдыха у населения российских регионов в целом. В эту совокупность входят

- индекс приоритетного расходования средств на организацию отдыха и культурные мероприятия;
- индекс приоритетного расходования средств на получение услуг гостиничных предприятий и предприятий объектов питания;
- коэффициент концентрации населения;
- индекс возрастной структуры населения;
- индекс среднедушевого денежного дохода населения региона.

Показатели, примененные для расчета индексов, одновременно доступны в информационно-коммуникационном пространстве в разрезе всех российских регионов. В настоящем исследовании в качестве экономического фактора развития внутреннего туризма рассмотрен уровень платежеспособного спроса населения российских регионов.

Расчет индекса j -го показателя региона позволяет устранить различную размерность выбранных показателей:

$$i_{reg\ j} = \frac{F_{reg\ j}}{a_j}, \quad (1)$$

где $i_{reg\ j}$ – индекс j -го показателя региона; $F_{reg\ j}$ – фактический j -й показатель региона; a_j – среднее значение j -го показателя региона.

Значение *интегрального индикатора*, характеризующего экономический фактор развития внутреннего туризма российских регионов, рассчитывается по формуле

$$I_{econ} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n i_{reg\ j}, \quad (2)$$

где I_{econ} – интегральный индикатор экономического фактора развития туризма российского региона; n – количество выбранных индексов, характеризующих экономический фактор.

Численное значение индикатора I_{econ} колеблется в обе стороны от 1, обозначая:

если $I_{econ} > 1$, то интегральный индикатор экономического фактора выше среднероссийского уровня;

если $I_{econ} < 1$, то интегральный индикатор экономического фактора ниже среднероссийского уровня;

если $I_{econ} = 1$, то интегральный индикатор экономического фактора соответствует среднероссийскому уровню.

Детализация интервала значений интегрального индикатора экономического фактора в региональном разрезе позволяет проводить сопоставление российских регионов между собой, выделить типологические группы субъектов РФ по доступности туризма и отдыха для населения.

Влияние экономического фактора может быть оценено на основе регионального сопоставления *индексов приоритетного расходования средств на услуги отдыха и рекреации населения*. Предложенные индексы базируются на данных структуры потребительских расходов домашних хозяйств по итогам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств (в процентах) и рассчитываются по следующим формулам:

$$I_{\text{ОиКМ}} = \frac{h_{i \text{ ОиКМ}}}{\bar{h} \text{ ОиКМ}}, \quad (3)$$

где $I_{\text{ОиКМ}}$ – индекс приоритетного расходования средств на организацию отдыха и культурные мероприятия; $h_{i \text{ ОиКМ}}$ – доля расходов на услуги отдыха и культурные мероприятия в совокупных расходах населения i -го региона; $\bar{h} \text{ ОиКМ}$ – аналогичный показатель в целом по стране;

$$I_{\text{Гост и питан}} = \frac{h_{i \text{ Гост и питан}}}{\bar{h} \text{ Гост и питан}}, \quad (4)$$

где $I_{\text{Гост и питан}}$ – индекс приоритетного расходования средств на получение услуг гостиничных предприятий и предприятий объектов питания; $h_{i \text{ Гост и питан}}$ – доля расходов на услуги гостиниц и предприятий объектов питания в совокупных расходах населения i -го региона; $\bar{h} \text{ Гост и питан}$ – аналогичный показатель в целом по стране.

Индекс $I_{\text{ОиКМ}}$ характеризует склонность населения российских регионов к направлению средств на получение услуг сферы отдыха и культурные мероприятия. Индекс $I_{\text{Гост и питан}}$ характеризует склонность населения российских регионов к направлению средств на по-

лучение услуг гостиничных предприятий и предприятий объектов питания (рестораны и кафе).

Коэффициент концентрации населения региона N_k показывает степень концентрации населения в крупных населенных пунктах и позволяет оценить уровень возможности охвата туристскими услугами центральных образований:

$$N_k = b_i^2, \quad (5)$$

где b_i^2 – доля i -го населенного пункта с численностью населения 100 тыс. чел. и более. Чем меньше значение коэффициента, тем выше степень рассредоточенности населения по небольшим населенным пунктам.

Индекс возрастной структуры населения I_a характеризует соотношение доли населения в возрасте от 15 до 45 лет в общей численности населения региона и аналогичного показателя по стране в целом:

$$I_a = \frac{g_i}{\bar{g}}, \quad (6)$$

где g_i – доля группы населения от 15 до 45 лет в общей численности населения региона; $\bar{g}$ – аналогичный показатель в целом по стране. Значимость исчисления данного индекса обуславливается активностью возрастной группы в части потребления туристских услуг [1].

Индекс среднедушевого дохода населения, являясь значимым экономическим показателем, позволяет оценить финансовые возможности жителей российских регионов:

$$I_{aver} = \frac{I_i}{I}, \quad (7)$$

где I_i – среднедушевой доход населения региона, руб.; I – аналогичный показатель в целом по стране.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Диапазон рассчитанных значений интегральных индикаторов регионов РФ за 2018 г. достаточно широк: от 0,54 (Республика Ингушетия) до 2,94 (г. Москва). Расчет производился за 2018 г., так как

статистическая информация в региональном разрезе для данного периода представлена наиболее полно. Детализация диапазонов интегральных индикаторов в соответствии с ранее предложенным исчислением среднероссийского уровня позволяет выделить пять типологических групп российских регионов (табл. 1).

Предложенная детализация исходя из превышения или занижения на 25% среднероссийского уровня, равного единице, позволяет более конкретизированно формировать представление о положении субъектов РФ в исследуемом аспекте, формулировать рекомендации для каждой выделенной группы.

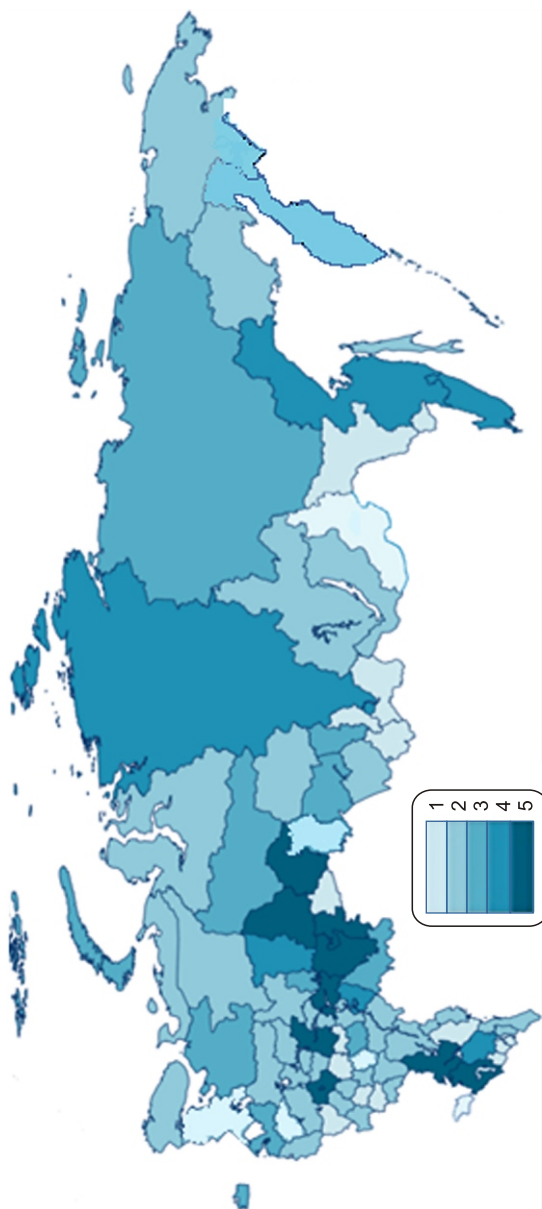
Распределение российских регионов по типологическим группам по экономическому фактору развития внутреннего туризма показано на рисунке.

Таблица 1

Типологические группы российских регионов по интегральному индикатору экономического фактора, 2018 г.

№	Типологическая группа	Значение интегрального индикатора I_{econ}	
		К среднероссийскому уровню	Диапазон
1	Регионы с низкими возможностями населения в организации туризма и отдыха	< 1	0,74
2	Регионы с возможностями ниже среднего уровня в организации туризма и отдыха		0,75 – 0,94
3	Регионы со средними возможностями в организации туризма и отдыха	= 1	0,95 – 1,05
4	Регионы с возможностями в организации туризма и отдыха выше среднего уровня	> 1	> 1,06 – 1,25
5	Регионы с высокими возможностями в организации туризма и отдыха		1,26

Источник: рассчитано авторами.



Типология российских регионов по экономическому фактору развития внутреннего туризма

Источник: построено авторами

В таблице 2 представлено краткое описание выделенных типологических групп российских регионов по интегральному индикатору, характеризующему экономический фактор развития внутреннего туризма.

Распределение средних значений индексов (медиана) наглядно демонстрирует их снижение по мере перехода от типологической

Таблица 2

Характеристика типологических групп российских регионов по интегральному индикатору экономического фактора, 2018 г.

№	Типологическая группа	Кол-во регионов	Медиана, II_{econ}	Значение I_{econ} регионы	
				минимум	максимум
1	Регионы с низкими возможностями населения в организации туризма и отдыха	22	0,66	0,45 Республика Ингушетия	0,73 Новгородская обл.
2	Регионы с возможностями ниже среднего уровня в организации туризма и отдыха	36	0,88	0,75 Псковская обл.	0,94 Омская обл.
3	Регионы со средними возможностями в организации туризма и отдыха	10	1,00	0,95 Калининградская обл., Кемеровская обл., Пензенская обл.	1,05 Приморский край
4	Регионы с возможностями в организации туризма и отдыха выше среднего уровня	6	1,11	1,08 Хабаровский край	1,14 Самарская обл.
5	Регионы с высокими возможностями в организации туризма и отдыха	11	1,44	1,27 Нижегородская обл., Тюменская обл., Челябинская обл.	2,94 г. Москва

Источник: рассчитано авторами.

группы с высокими возможностями населения в организации туризма и отдыха к группе с низкими возможностями (табл. 3.).

Типологическая группа «регионы с высокими возможностями в организации туризма и отдыха» объединяет 11 российских регионов, включая города федерального значения Москву и Санкт-Петербург. Медианы указанных пяти индексов данных регионов харак-

Таблица 3

Распределение индексов российских регионов по типологическим группам (медиана)

№	Типологическая группа	Органи- зация отдыха и куль- турные ме- ро- приятия	Гости- ницы, ресто- раны и кафе	Коэффи- циент концент- рации населения	Доля числен- ности населения в воз- расте до 45 лет	Доля расходов домаш- них хозяйств на отдых и гости- ницы
1	Регионы с низкими воз- можностями населения в организации туризма и отдыха	0,56	0,46	0,47	0,98	0,65
2	Регионы с возможностя- ми ниже среднего уровня в организации туризма и отдыха	0,78	0,54	0,73	0,99	0,80
3	Регионы со средними возможностями в органи- зации туризма и отдыха	0,84	1,08	1,14	1,04	0,83
4	Регионы с возможностя- ми в организации туриз- ма и отдыха выше сред- него уровня	0,97	0,93	1,84	1,01	0,88
5	Регионы с высокими воз- можностями в организа- ции туризма и отдыха	1,14	1,16	2,90	1,00	1,03

Источник: рассчитано авторами.

теризуются высокими и средними значениями. Кроме того, необходимо выделить высокие значения N_k – индекса концентрации населения (более 2,18, медиана – 2,9), который обуславливает степень концентрации локального населения в крупных населенных пунктах и оценивает уровень возможности охвата туристскими услугами центральных образований. Из регионов этой группы выделяются г. Санкт-Петербург и Свердловская область, пять исследуемых индексов которых превышают среднероссийские значения. Город Москва и Республика Татарстан при остальных индексах, превышающих среднероссийские значения, имеют несколько сниженный индекс возрастной структуры (0,95–0,98).

Типологическая группа «регионы с возможностями в организации туризма и отдыха выше среднего уровня» охватывает незначительную часть субъектов РФ (шесть регионов, или 7%), которые характеризуются, за исключением индекса концентрации населения, средними значениями (0,88–0,97).

К группе «регионы со средними возможностями в организации туризма и отдыха» относятся 10 российских регионов, характеризующихся средними значениями индексов (0,88–1,84). Исключение составляет индекс концентрации населения.

Менее половины российских регионов (36 субъектов РФ, или 42,4%) относятся к типологической группе «регионы с возможностями ниже среднего уровня в организации туризма и отдыха».

Четверть российских регионов (25,9%) относятся к типологической группе «регионы с низкими возможностями в организации туризма и отдыха», что обуславливается низкими и крайне низкими индексами. Так, диапазон индекса приоритетного расходования средств на отдых и культурные мероприятия составляет 0,06–0,78 (медиана – 0,56), а индекса приоритетного расходования средств на получение услуг гостиниц и предприятий объектов питания – от 0,17 до 0,74 (медиана – 0,46). Это свидетельствует о сравнительно низких затратах населения данных регионов на туристские, гостиничные услуги и услуги питания. Медиана среднего индекса среднедушевого дохода также низкая – 0,65. Исключение составляет лишь индекс возрастной структуры населения у семи регионов (1,00–1,08), определяющий долю активного населения в возрасте 15–45 лет, но не имеющий существенного значения при остальных сниженных индексах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предложенный подход позволил выделить пять типологических групп российских регионов по возможностям населения в организации отдыха и туризма.

Согласно полученным данным, жители почти пятой части субъектов РФ (17 регионов) обладают высокими и выше среднего возможностями в организации отдыха, выборе направлений. Можно указать, что данные субъекты являются донорами туристов для других российских регионов и для собственной территории, стимулируя развитие внутреннего туризма в России, а также они могут быть активными потребителями услуг зарубежных туристских направлений. Так, согласно статистическим данным компании Яндекс, по итогам 2019 г. города этих регионов вошли в число наиболее популярных направлений для внутреннего туризма в России (Москва, курорты Краснодарского края, Санкт-Петербург, курорты Крыма, Казань)⁴.

Особого внимания с позиции необходимости восстановления и поддержания физических и эмоциональных сил человека требуют регионы с низкими и ниже среднего экономическими возможностями населения в организации туризма и отдыха. К сожалению, следует констатировать, что большая часть российских регионов (68,2%) по экономическому фактору относятся именно к этим группам, характеризуясь низкой и ниже среднего доступностью отдыха и туризма для их населения. Поскольку поездки в популярные, в том числе лечебно-оздоровительные, направления России для населения могут быть ограничены, особого внимания требует развитие туристско-рекреационной сферы данных регионов. В первую очередь необходимо развивать санаторно-курортные учреждения, туристскую инфраструктуру досуга и отдыха, событийный туризм, транспортную и придорожную инфраструктуру, создавать и развивать комфортную городскую среду. Кроме того, населению следует более активно использовать механизмы государственной поддержки, включая компенсацию расходов на оплату стоимости проезда к месту отдыха и обратно для жителей районов Крайнего Севера и приравненных

⁴ См.: *Статистика туристического рынка 2019*. – URL: <https://mitt.ru/Statistika2019>.

к ним местностей, новую программу «Туристический кешбэк», возможности социального туризма. Значимыми для развития внутреннего туризма представляются предложенные меры по стимулированию внутреннего туристского потребления [15; 18].

Дальнейшее исследование будет направлено на выявление доступности внутреннего туризма для населения уязвимых в изучаемом аспекте регионов Российской Федерации с учетом ценового фактора, инфраструктурных и иных возможностей территорий, в разрезе различных видов туризма.

*Исследование осуществлено в рамках выполнения бюджетного задания
Института экономики Карельского научного центра РАН*

Список источников

1. Валиев М.Ш. Анализ и оценка инфраструктурного развития внутреннего регионального туризма // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 317. – С. 165–170.
2. Гуревич О.Ю., Кононов А.Ю., Ромеронова А.А. Туризм в эпоху covid-19: меры поддержки и траектории восстановления // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2020. – Т. 12, № 2. – С. 61–72.
3. Дружинин П.В. Особенности развития приграничных регионов // Регионоведение. – 2017. – № 2. – С. 200–216.
4. Исаев Н.И., Капустин А.К., Смирнов С.Н. Статистический инструментарий оценки туристского потребления в регионе // Вопросы статистики. – 2014. – № 8. – С. 34–39.
5. Коваленко В.В. Дифференциация населения в России и его возможности в потреблении туристских услуг // Вестник Национальной академии туризма. – 2008. – № 2 (6). – С. 26–28.
6. Козырева Г.Б., Белая Р.В. Дифференциация уровня жизни и структура бедности депрессивного региона // Вестник Евразийской науки. – 2020. – № 6. DOI: 10.15862/20ECVN620.
7. Леонидова Е.Г. Развитие региона на основе активизации внутренних факторов // Уровень жизни населения регионов России. – 2020. – Т. 16, № 3. – С. 70–81.
8. Лукин Е.В., Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. Стимулирование внутреннего спроса как фактора экономического роста (на примере сферы внутреннего туризма) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2018. – Т. 11, № 4. – С. 125–143.

9. Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Михель Е.А., Белая Р.В. Институциональные вопросы демографического развития и человеческий капитал региона // Север и рынок: формирование экономического порядка. – 2016. – № 3 (50). – С. 116–128.
10. Морозова Т.В., Мурина С.Г., Белая Р.В. Рекреационная мобильность как элемент качества жизни: измерение типологического разнообразия // Труды Карельского научного центра. – 2012. – № 6. – С. 58–67.
11. Очилова Х.Ф., Амонбоев М., Дехконов Б.Р. Развитие внутреннего туризма для восстановления отрасли после пандемии // Заметки ученого. – 2020. – № 12. – С. 242–247.
12. Пузанов А.В., Андреева И.В. Алтайский туризм в условиях пандемии covid-19: от вызовов к выгодам // Известия Алтайского отделения Русского географического общества. – 2020. – № 3 (58). – С. 78–88.
13. Разгон А.В. Современные особенности спроса на рынке внутреннего туризма как основа использования туристско-рекреационного потенциала региона (на примере Алтайского края) // Алтайский вестник Финансового университета. – 2018. – № 3. – С. 68–76.
14. Расковалов В.П. Природный туристский потенциал Пермского края // Вестник ВГУ. Сер.: География. Геоэкология. – 2020. – № (2). – С. 22–28. – URL: <https://doi.org/10.17308/geo.2020.2/2881> (дата обращения: 21.02.2022).
15. Шпилько С.П., Степуренко О.А. Субсидии в виде кешбэка как форма поддержки спроса в сфере внутреннего туризма // Вестник PMAT. – 2020. – № 4. – С. 24–30.
16. Якунин П.Н. Разработка методических подходов к экономической оценке транспортной доступности регионов для целей рекреации и туризма // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 49. – С. 87–92.
17. Chow C.K.W., Tsui W.H.K. Cross-border tourism: Case study of inbound Russian visitor arrivals to China // International Journal of Tourism Research. – 2019. – No. 21 (5). – P. 693–711. DOI: 10.1002/jtr.2297.
18. Leonidova E.G. Current problems of management and development of domestic tourism in Russian Federation // Tourism and Hospitality. – 2018. – No. 2. – P. 9–16.
19. Makkonen T. Cross-border shopping and tourism destination marketing: the case of Southern Jutland, Denmark // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. – 2016. – Vol. 16, Suppl. 1. – P. 36–50. DOI: 10.1080/15022250.2016.1244506.
20. Miyakawa E., Kawakubo A., Oguchi T. Do people who travel more perform at work? // International Journal of Tourism Research. – 2018. – No. 21. – P. 427–436. DOI: 10.1002/jtr.2269.
21. Uğur N.G., Akbiyik A. Impacts of COVID-19 on global tourism industry: a cross-regional comparison // Tourism Management Perspectives. – 2020. – Vol. 36. – P. 1–13. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744> (дата обращения: 21.02.2022).
22. Zubarevich N.V., Safronov S.G. People and money: Incomes, consumption, and financial behavior of the population of Russian regions in 2000–2017 // Regional Research of Russia. – 2019. – Vol. 9, No. 4. – P. 359–369. DOI: 10.1134/S2079970519040129.

Информация об авторах

Морошкина Марина Валерьевна (Россия, Петрозаводск) – кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики КарНЦ РАН (185030, Петрозаводск, просп. Александра Невского, 50). E-mail: maribel74@mail.ru.

Кондратьева Светлана Викторовна (Россия, Петрозаводск) – кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики КарНЦ РАН (185030, Петрозаводск, просп. Александра Невского, 50). E-mail: svkorka@mail.ru.

DOI: 10.15372/REG20220305

Region: Economics & Sociology, 2022, No. 3 (115), p. 105–125

M.V. Moroshkina, S.V. Kondrateva

ACCESSIBILITY OF TOURISM AND RECREATION FOR PEOPLE IN RUSSIA: THE ECONOMIC ASPECT

Studying the accessibility of tourism and recreation is taking on new relevance with stimulating tourist and recreational activities as an indicator of socio-economic development in Russian regions, on the one hand, and of the population's needs to restore physical and emotional health, on the other. The observed inter-regional differentiation of Russian constituent entities in terms of recreation and tourism opportunities is determined by several factors. The economic one appears to be key, determining whether tourist travel is at all possible and what destinations are chosen by those living in regions.

The purpose of this work is to classify regions in Russia, based on the effective demand level indicator, into typological groups by the accessibility of tourism and recreation to the population. We distinguish a total of five typological groups with regions differing in recreation and tourism opportunities. One-fifth of constituent entities in the Russian Federation show high or above-average potential in recreational activity and quality of destination choices. These territories can provide tourists to themselves and other regions, stimulating domestic tourism in Russia, as well as actively consume tourist services abroad. The dominant part of Russian regions (68.2%) belongs to the groups of low and below-average recreation and tourism opportunities. It puts

forth the problem of domestic tourism accessibility. Further research will be aimed at identifying the accessibility of domestic tourism for the population residing in the regions from these typological groups, with due regard to price, infrastructure, and other territorial capabilities, across different types of tourism.

The study applies the following methods: economic analysis, juxtaposition, comparison, generalization, induction, and deduction.

Keywords: economic factor; Russian region; index; integral indicator; domestic tourism

For citation: *Moroshkina, V.M. & S.V. Kondrateva. (2022). Dostupnost turizma i otdykha dlya naseleniya Rossii: ekonomicheskii aspekt [Accessibility of tourism and recreation for people in Russia: the economic aspect]. Region: ekonomika i sotsiologiya [Region: Economics and Sociology], 3 (115), 105–125. DOI: 10.15372/REG20220305.*

The study was carried out within the framework of the budget assignment of the Institute of Economics of the Karelian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences

References

1. *Valiev, M.Sh. (2008). Analiz i otsenka infrastruktornogo razvitiya vnutrennego regionalnogo turizma [Evaluation and analysis of infrastructural development for domestic tourism of a region]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Tomsk State University Journal], 317, 165–170.*
2. *Gurevich, O.Yu., A.Yu. Kononov & A.A. Romeronova. (2020). Turizm v epokhu covid-19: mery podderzhki i traektorii vosstanovleniya [Tourizm in times of COVID-19: support measures and curves]. Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa [The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service], Vol. 12, No. 2, 61–72.*
3. *Druzhinin, P.V. (2017). Osobennosti razvitiya prigranichnykh regionov [Features of development of the near-border regions]. Regionologiya [Russian Journal of Regional Studies], 2, 200–216.*
4. *Isaev, N.I., A.K. Kapustin & S.N. Smirnov. (2014). Statisticheskii instrumentarii otsenki turistskogo potrebleniya v regione [Statistical tools for evaluation of the tourism consumption in the region]. Voprosy statistiki [Problems of Statistics], 8, 34–39.*
5. *Kovalenko, V.V. (2008). Differentsiatsiya naseleniya v Rossii i ego vozmozhnosti v potreblenii turistskikh uslug [Differentiation of the population in Russia and its opportunities in the consumption of tourism services]. Vestnik Natsionalnoy akademii turizma [Vestnik of National Tourism Academy], 2 (6), 26–28.*

6. *Kozyreva, G.B. & R.V. Belaya.* (2020). Differentsiatsiya urovnya zhizni i struktura bednosti depressivnogo regiona [Differentiation of the standard of living and the structure of poverty in the depressed region]. *Vestnik Evraziyskoy nauki* [The Eurasian Scientific Journal], 6. DOI: 10.15862/20ECVN620.
7. *Leonidova, E.G.* (2020). Razvitie regiona na osnove aktivizatsii vnutrennikh faktorov [Development of the region based on the activation of internal factors]. *Uroven zhizni naseleniya regionov Rossii* [Living Standards of the Population in the Regions of Russia], Vol. 16, No. 3, 70–81.
8. *Lukin, E.V., E.G. Leonidova & M.A. Sidorov.* (2018). Stimulirovanie vnutrennego sprosа kak faktora ekonomicheskogo rosta (na primere sfery vnutrennego turizma) [Boosting domestic demand as a driving force of economic growth (on the example of domestic tourism sphere)]. *Ekonomicheskie i sotsialnye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], Vol. 11, No. 4, 125–143.
9. *Morozova, T.V., G.B. Kozyreva, E.A. Mikhel & R.V. Belaya.* (2016). Institutsionalnye voprosy demograficheskogo razvitiya i chelovecheskiy kapital regiona [Institutional issues of demographic development and human capital of the region]. *Sever i ry-nok: formirovanie ekonomicheskogo poryadka* [The North and the Market: Forming the Economic Order], 3 (50), 116–128.
10. *Morozova, T.V., S.G. Murina & R.V. Belaya.* (2012). Rekreatsionnaya mobilnost kak element kachestva zhizni: izmerenie tipologicheskogo raznoobraziya [Recreational mobility as a component of the living standard: measuring the typological diversity]. *Trudy Karelskogo nauchnogo tsentra* [Transactions of the Karelian Research Centre of the Russian Academy of Sciences], 6, 58–67.
11. *Ochilova, Kh.F., M. Amonboev & B.R. Dekhkonov.* (2020). Razvitie vnutrennego turizma dlya vosstanovleniya otrasli posle pandemii [Development of domestic tourism to restore the industry after the pandemic]. *Zametki uchenogo* [Scientist's Notes], 12, 242–247.
12. *Puzanov, A.V. & I.V. Andreeva.* (2020). Altayskiy turizm v usloviyakh pandemii covid-19: ot vyzovov k vygodam [Altai tourism in the context of the COVID-19 pandemic: from challenges to benefits]. *Izvestiya Altayskogo otdeleniya Russkogo geograficheskogo obshchestva* [Bulletin of the Altai Department of the Russian Geographical Society], 3 (58), 78–88.
13. *Razgon, A.V.* (2018). Sovremennye osobennosti sprosа na rynke vnutrennego turizma kak osnova ispolzovaniya turistsko-rekreatsionnogo potentsiala regiona (na primere Altayskogo kraya) [Modern features of demand in the market of internal tourism as the basis of use of tourist and recreational capacity of the region (on the example of the Altai region)]. *Altayskiy vestnik Finansovogo universiteta* [Altai Vestnik of Financial University], 3, 68–76.
14. *Raskovalov, V.P.* (2020). Prirodnyy turistskiy potentsial Permskogo kraya [Natural tourism potential of the Perm Krai]. *Vestnik VGU. Seriya: Geografiya. Geoekologiya* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Geography. Geoecology], 2, 22–28. Available at: <https://doi.org/10.17308/geo.2020.2/2881> (date of access: 21.02.2022).

15. *Shpilko, S.P. & O.A. Stepurenko.* (2020). Subsidii v vide keshbeka kak forma podderzhki sprosа v sfere vnutrennego turizma [Cashback subsidies as a form of demand support in the field of domestic tourism]. *Vestnik RMAТ [Vestnik RIAT]*, 4, 24–30.
16. *Yakunin, P.N.* (2016). Razrabotka metodicheskikh podkhodov k ekonomicheskoy otsenke transportnoy dostupnosti regionov dlya tseley rekreatsii i turizma [Development of methodological approaches to the economic evaluation of transport accessibility of regions for recreation and tourism]. *Aktualnye voprosy ekonomicheskikh nauk [Topical Issues of Economic Sciences]*, 49, 87–92.
17. *Chow, C.K.W. & W.H.K. Tsui.* (2019). Cross-border tourism: Case study of inbound Russian visitor arrivals to China. *International Journal of Tourism Research*, 21 (5), 693–711. DOI: 10.1002/jtr.2297.
18. *Leonidova, E.G.* (2018). Current problems of management and development of domestic tourism in Russian Federation. *Tourism and Hospitality*, 2, 9–16.
19. *Makkonen, T.* (2016). Cross-border shopping and tourism destination marketing: the case of Southern Jutland, Denmark. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 16, Suppl. 1, 36–50. DOI: 10.1080/15022250.2016.1244506.
20. *Miyakawa, E., A. Kawakubo & T. Oguchi.* (2018). Do people who travel more perform at work? *International Journal of Tourism Research*, 21, 427–436. DOI: 10.1002/jtr/2269.
21. *Uğur, N.G. & A. Akbıyık.* (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 1–13. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744> (date of access: 21.02.2022).
22. *Zubarevich, N.V. & S.G. Safronov.* (2019). People and money: Incomes, consumption, and financial behavior of the population of Russian regions in 2000–2017. *Regional Research of Russia*, Vol. 9, No. 4, 359–369. DOI: 10.1134/S2079970519040129.

Information about the authors

Moroshkina, Marina Valeryevna (Petrozavodsk, Russia) – Candidate of Sciences (Economics), Researcher at the Institute of Economics, Karelian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences (50, Alexander Nevsky av., Petrozavodsk, 185030, Russia). E-mail: maribel74@mail.ru.

Kondrateva, Svetlana Viktorovna (Petrozavodsk, Russia) – Candidate of Sciences (Economics), Researcher at the Institute of Economics, Karelian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences (50, Alexander Nevsky av., Petrozavodsk, 185030, Russia). E-mail: svkorka@mail.ru.

Поступила в редколлегию 01.07.2021.

После доработки 22.11.2021.

Принята к публикации 26.11.2021.