

Экономико-статистический анализ состояния и динамики развития туристической отрасли Российской Федерации

Георгий Романович Аргун

Аспирант

ORCID: 0009-0008-3179-9421, e-mail: georgiy-argun@yandex.ru

Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия

Аннотация

Анализируются состояние и динамика туристической отрасли (далее – туротрасль) Российской Федерации за последнее десятилетие. Отмечается, что развитие туристического сектора можно условно разделить на четыре основных периода, в каждый из которых постепенно происходила смена фокуса отраслевого развития. Первый характеризуется быстрым ростом спроса на зарубежные туры, объясняющимся быстрым ростом уровня жизни и отсутствием адекватного объема и качества туристических услуг, что, в свою очередь, привело к большему турпотоку за рубежом, чем внутри страны. В этот период отрасль получила значительный импульс в развитии сети туристических фирм. Во втором периоде, который относится к 2014–2019 гг., наблюдается ускоренный относительно предыдущего периода рост спроса на внутрироссийские направления, обусловленный менее привлекательным курсом валют, а также политической нестабильностью в странах традиционного пребывания российских туристов. 2014 г. стал поворотным моментом в ускорении развития внутрироссийской гостевой инфраструктуры. В 2014 г. был зафиксирован рекордный прирост номерного фонда – 11,7 %. В 2015 г. он был еще больше – 14,8 %. Третий период – пандемия COVID-19, серьезно подорвавшая положительный тренд развития туротрасли. Четвертый период начался с 2022 г. и продолжается до настоящего времени. Его можно охарактеризовать как бурный этап развития внутрироссийского туризма на фоне сокращения выездов за рубеж. Среди регионов ключевая роль принадлежит Москве как основному центру притяжения туристических потоков.

Ключевые слова

Внешний туризм, внутренний туризм, динамика развития, регионы, средства размещения, структура стоимости, туристическая отрасль, турпоток

Для цитирования: Георгий Р.А. Экономико-статистический анализ состояния и динамики развития туристической отрасли Российской Федерации // Вестник университета. 2025. № 7. С. 69–81.



Economic and statistical analysis of the state and dynamics of development of the tourism industry in the Russian Federation

Georgiy R. Argun

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0008-3179-9421, e-mail: georgiy-argun@yandex.ru

Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia

Abstract

The article analyses the state and dynamics of the tourism industry in the Russian Federation over the past decade. It is noted that the development of the tourism sector can be conditionally divided into four main periods, each of which gradually saw a change in the focus of industry development. The first one is characterised by a rapid increase in demand for foreign tours due to the rapid growth in the standard of living and lack of adequate volume and quality of tourism services, which, in turn, led to a greater tourist flow abroad than within the country. During this period, the industry received a significant boost in the development of the network of travel agencies. In the second period, which refers to 2014-2019, there is an accelerated growth in demand for domestic destinations relative to the previous period, due to a less attractive exchange rate as well as political instability in the countries of traditional residence of Russian tourists. 2014 became a turning point in accelerating the development of domestic guest infrastructure. In 2014, a record increase in the number of rooms was recorded – 11.7%. In 2015, it was even greater – 14.8%. The third period is the COVID-19 pandemic, which seriously undermined the positive trend in the development of the tourism industry. The fourth period has begun in 2022 and continues to the present day. It can be characterised as a rapid stage in the development of domestic tourism against the backdrop of a reduction in trips abroad. Among the regions, the key role belongs to Moscow as the main centre of attraction for tourist flows.

Keywords

External tourism, internal tourism, development dynamics, regions, accommodation facilities, structure of cost, tourism industry, tourist flow

For citation: Argun G.R. (2025) Economic and statistical analysis of the state and dynamics of development of the tourism industry in the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 7, pp. 69–81.

ВВЕДЕНИЕ

Как отмечает Н.Н. Тушемилова, российская туристическая отрасль (далее – туротрасль) в последние десятилетия в основном развивалась за счет динамичного роста потока отдыхающих граждан за рубеж [1]. Повышение уровня жизни в 2000-х гг., относительно стабильный и благоприятный валютный курс, более теплый климат, а также более высокое качество и относительная дешевизна предложения туристических услуг в странах Юго-Западной Азии и Северной Африки делали эти направления более привлекательными по сравнению с еще недостаточно развитой инфраструктурой предложения в Российской Федерации (далее – РФ, Россия). В силу перечисленных факторов абсолютные и финансовые показатели туристических фирм (далее – турфирмы) имели положительный тренд развития преимущественно благодаря росту выездного туризма: с 2000 г. по 2014 г. он увеличился в 10 раз, а стоимость реализованных путевок – в 42 раза. Эти полтора десятилетия заложили основу российской отрасли предложения туристических услуг в том виде, в каком она существует сейчас. Количество турфирм увеличилось за указанный период более чем втрое, и с тех пор оно практически неизменно.

Однако уже с 2014 г., в связи с нарастающими санкционными ограничениями (тогда еще относительно незначительными), а также по причине нестабильности политической обстановки, в ряде популярных зарубежных туристических направлений [2] началось постепенное движение в сторону роста популярности внутрироссийского отдыха [3]. По мнению ряда авторов, социально-политические события в арабском регионе, получившие собирательное название Арабской весны [4], в целом крайне негативно повлияли на имидж стран, ранее считавшихся одними из самых привлекательных в туристическом плане [5; 6]. Это во многом предопределило разворот российского туристического потока с зарубежных направлений на внутрироссийские, по крайней мере, в значительной его части. Эпоха активного привлечения иностранных капиталов в страну [7], глобализационный тренд и свобода трансграничных перемещений стали постепенно уступать место внутренним направлениям, хотя, конечно, в 2014–2015 гг. этот процесс был в начальной стадии зарождения интереса к внутрироссийскому активному отдыху.

Конечно, существенным фактором в этом процессе была и финансовая сторона: внутренний туризм все больше начал выигрывать экономическую конкуренцию с наиболее востребованными зарубежными странами Северной Африки и Западной Азии. Как мы уже упомянули выше, это стало следствием нестабильности валютного курса и снижения доступности зарубежных направлений. Конечно, это в значительной степени ударило по туристической индустрии в целом, поскольку основная часть доходов поступала от продаж зарубежных туристических пакетов (далее – турпакет): в отдельные годы доля поступлений составляла до 90 % доходов. Даже переориентация части поездок на внутренний рынок при численном паритете продаж в денежном выражении приводила к существенным потерям. Так, если в 2014 г. сумма проданных туров для всех направлений составляла 240 млрд руб., то к 2016 г. она сократилась до 187 млрд руб. Тем не менее первая фаза переориентации потока отдыхающих на внутренний рынок началась именно в 2014–2015 гг. [8]. Несмотря на окончание первой фазы развития туротрасли России за счет зарубежного туризма и падение финансовых показателей, количество турфирм продолжило свой рост, что свидетельствовало об интересе бизнеса к этому направлению развития.

Колоссальное отрицательное влияние на отрасль оказала пандемия COVID-19, когда в 2020–2021 гг. зарубежный туризм фактически оказался под запретом: стоимость продаж зарубежных туров сократилась сразу втрое, до показателей 2008–2009 гг. в денежном выражении. Численность выехавших туристов снизилась до уровня 2010 г. Конечно, и отечественные направления в данной ситуации по причине транспортных и иных ограничений стали менее доступны. Однако по сумме факторов это все-таки послужило дополнительным стимулом развития внутренних направлений в относительном выражении [9]. Если глобальный туризм в целом понес невосполнимые потери [10], то для РФ 2021 г. стал рекордным по количеству и стоимости проданных турпакетов внутри страны. Впрочем, и 2020 г. по уровню был практически равен доковидному 2019 г., несмотря на многочисленные ограничения на перемещения и посещения общественных мест.

Ковидный кризис привел к закрытию ряда организаций отрасли, хотя к 2022 г. количество турфирм восстановилось до предыдущего максимума, наблюдавшегося в 2018 г. Объемы продаж зарубежных турпакетов в 2022 г. превысили показатели 2019 г. – отрасль начала возвращаться к прежней тенденции превосходства зарубежного туризма. Хотя, конечно, отечественные направления также пользуются все большей популярностью у отдыхающих.

В 2022 г. восстановление туристического сектора было поставлено в условия новой внешнеполитической реальности быстрорастущего объема антироссийских санкций [11]. Недавно начавшие процесс восстановления европейские туристические маршруты фактически снова стали недоступными, а авиа-сообщение даже с нейтральными и дружественными странами оказалось затруднено, что, конечно, привело к сокращению численности поездок иностранных граждан в Россию с туристическими целями. В результате как въездной, так и выездной зарубежный туризм остается далек от доковидных показателей в плане численности туристов. Однако в денежном выражении цена, заплаченная российскими туристами за выездные туры, в 2023 г. превысила 0,5 трлн руб., что стало историческим рекордом и почти вдвое превзошло аналогичный показатель 2022 г. Это свидетельствует о неснижающемся интересе россиян к отдыху за рубежом, хотя в настоящее время он доступен примерно вдвое меньшему их числу.

В целом нестабильность политической обстановки и антироссийская риторика ранее популярных в плане посещения государств не позволяют рассчитывать на возобновление международных туристических связей в ближайшее время. Исходя из этого, большинство авторов склоняются к росту популярности внутреннего туризма в ближайшем будущем, а также поездок в страны ближнего дружественного зарубежья. Среди работ подобного плана стоит отметить статьи Г.Р. Аргуна [12], Н.В. Парушиной [13], В.М. Тиунова [14]. И.К. Ткаченко характеризует ситуацию с увеличением притока туристов в некоторых регионах даже как «ажитажный спрос» [15, с. 75].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Гипотеза исследования заключается в том, что подробный анализ развития отечественной туротрасли позволит понять основные причины и факторы, влияющие на рост туристического сектора, что является актуальной задачей в свете поставленных стратегических задач диверсификации экономики и снижения доли сырьевой ренты в экономике страны. Разработка инструментария государственной поддержки отрасли должна строиться с учетом понимания неоднородности факторов развития российского турсектора в различные временные периоды.

Исходя из неоднородности политико-экономического поля развития отечественной туротрасли, предмет исследования, обозначенный выше, необходимо выбирать с учетом следующих соображений: будет целесообразно построить работу на базе разбития процесса ее становления на отдельные временные периоды и остановиться на анализе основных влияющих факторов каждого из периодов. Как будет показано, условия развития постоянно менялись, и можно с достаточно высокой степенью точности разделить прогресс отечественного туризма на определенные этапы, каждый со своими особенностями, сильными и слабыми сторонами. Поэтому целями исследования являются подробный хронологический анализ статистических показателей и выявление основных факторов влияния на развитие отрасли.

Опираясь на работы указанных выше авторов, мы значительно расширим направление исследования туристического сектора региональными показателями, которые будут дополнены авторскими расчетами таких индикаторов, как доля валовой добавленной стоимости (далее – ВДС) туризма в валовой региональный продукт (далее – ВРП) субъектов России, а также ВДС отрасли на одного жителя каждого субъекта федерации. Данные величины представляются для нас наиболее важными с точки зрения оценки вклада туристического сектора в экономику регионов страны. Картографический метод наглядно демонстрирует результаты нашего исследования. Наряду с ним в работе использовались такие методы общенаучного познания, как анализ и синтез.

Основным источником информации являлись разделы Федеральной службы государственной статистики (далее – Росстат) – «Туризм»¹; «Регионы России»².

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Работа структурирована следующим образом. В начале исследования дается общая характеристика развития туризма в РФ, показаны его относительная роль в экономике страны, региональная структура распределения ВДС турсектора. Эти данные представлены Росстатом в основных ценах – временной ряд охватывает период с 2019 г. по 2022 г., и в текущем исследовании они будут отражены далее.

¹ Федеральная служба государственной статистики. Туризм. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 11.04.2025).

² Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 11.04.2025).

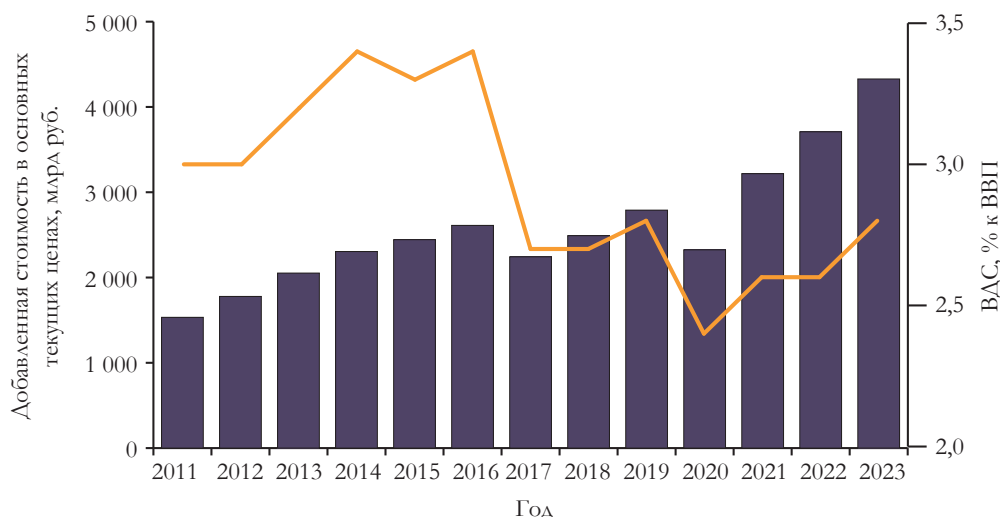
Авторский показатель ВДС туротрасли на одного жителя в разрезе регионов страны является арифметическим результатом деления известного значения ВДС туротрасли по субъектам на численность жителей регионов на 1 января 2023 г.

Второй раздел исследования посвящен анализу ключевого инфраструктурного показателя туротрасли – коллективным средствам размещения: отелям, гостиницам, гостевым домам, хостелам, туристическим базам, санаториям, курортам, кемпингам и т.д. Возможности размещения определяют способность отрасли принять и обслужить отдыхающих, что является ключевой задачей турсектора. Поэтому данный показатель является важнейшим с точки зрения определения не самого туристического потенциала, а фактической возможности приема туристов в данный момент. Приведена статистика по федеральным округам, также выделены наиболее развитые в плане наличия коллективных средств размещения регионы страны.

Заключительная часть статьи посвящена анализу статистико-экономических показателей деятельности турфирм, формирующих основную часть ВДС туротрасли. Показаны динамика въезда/выезда туристов, демография турфирм, а также реализация турпакетов в абсолютном и в стоимостном выражении.

РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ И ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНОВ

В экономике страны туристическая деятельность занимает достаточно стабильную долю – около 3 %. Смена Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (далее – ОКВЭД) в 2017 г. на ОКВЭД2 привела к видимому сокращению удельного веса туризма в общероссийском валовом внутреннем продукте (далее – ВВП) с 3–3,4 до 2,5–2,8 % ежегодно (рис. 1).



Составлено автором по материалам источника³

Рис. 1. ВДС туристской индустрии в 2011–2023 гг.

Как видно из рис. 1, до 2014 г. в целом роль туротрасли в общем ВВП постепенно увеличивалась. Затем в 2015–2016 г. удельный вес туризма в формировании российского ВВП оставался стабильным. Перерасчет 2017 г. убавил сразу 0,7 % – с 3,4 % до 2,7 %. В последующие годы доля турсектора в ВВП сохранялась достаточно стабильной на уровне 2,6–2,8 % (за исключением ковидного 2020 г., когда она упала до 2,4 %).

Таким образом, судя по рис. 1, темпы развития туротрасли в целом соответствуют общему росту общенационального ВВП, и российский туризм не имеет ярко выраженной тенденции к опережающему росту. В последние годы заметно выделяются 2017 г. (смена классификатора) и 2020 г. (пандемия COVID-19).

В региональном разрезе ВДС турсектора сконцентрирован преимущественно в нескольких субъектах федерации: столичных регионах, Краснодарском и Красноярском краях, Тюменской, Свердловской и Ростовской областях, а также в Татарстане и Дагестане. На десятку субъектов приходится более 61 % добавленной стоимости. Примечательно, что в топ-10 не попал ряд регионов Северного Кавказа – традиционных туристических направлений России.

³ Федеральная служба государственной статистики. Туризм. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 11.04.2025).

ВДС туристического сектора в разрезе регионов РФ (топ-10 субъектов)

Регион	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г., %	2022 г. к 2019 г., %
РФ	2 862 755	2 416 353	3 223 143	3 727 702	100	130
Москва	720 571	600 707	944 653	1 084 223	29,1	150
Санкт-Петербург	225 217	158 357	244 376	274 482	7,4	122
Краснодарский край	183 642	158 578	199 781	231 926	6,2	126
Московская область	192 726	162 446	182 908	197 562	5,3	103
Тюменская область	200 548	96 733	110 763	131 592	3,5	66
Свердловская область	81 976	56 100	80 008	96 325	2,6	118
Татарстан	63 435	60 608	60 976	78 005	2,1	123
Красноярский край	55 137	40 032	55 474	67 980	1,8	123
Дагестан	50 010	44 191	47 420	63 261	1,7	126
Ростовская область	46 196	41 024	47 901	57 086	1,5	124
Итого топ-10	1 819 458	1 418 776	1 974 261	2 282 442	61,2	125

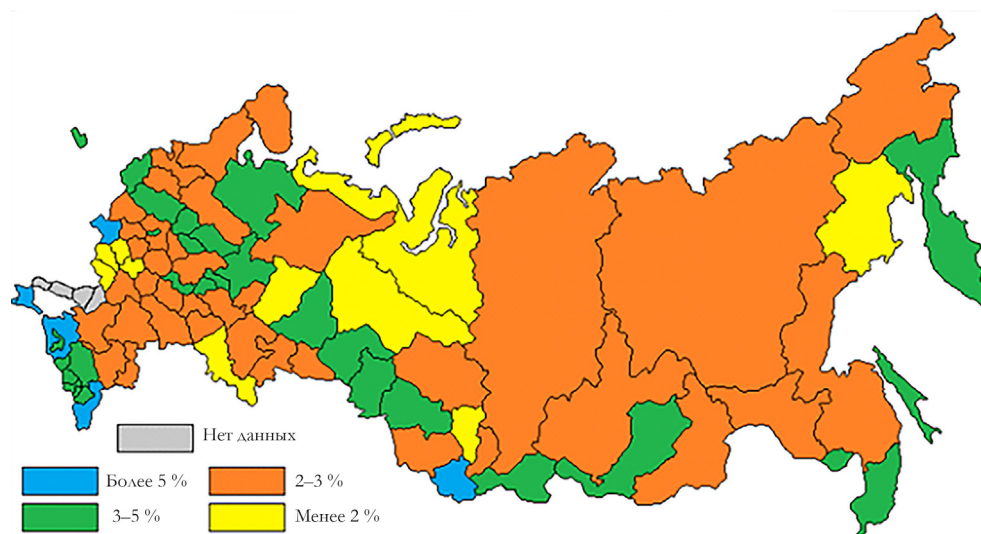
Примечание: данные представлены в основных ценах в 2019–2022 гг., млн. руб.

Составлено автором по материалам источника⁴

В табл. 1 хорошо заметна определяющая роль Москвы в работе российского турсектора – на нее приходится почти треть ВДС услуг, а темпы прироста значительно опережают не только среднероссийские показатели, но и показатели практически всех остальных регионов (включая топ-10). Так, с 2019 г. по 2022 г. ВДС туризма в Москве увеличился в 1,5 раза, тогда как в среднем по России – в 1,3 раза. Конечно, особенности подсчета ВДС собирательной классификационной группировки могут вносить искажения в реальную картину распределения туристического потенциала и статистику экономики отрасли между регионами. Так, например, здесь учтены услуги такси, пассажирского транспорта, ряда направлений торговли, страхования. Однако нет возможности выделить их отдельно или оценить их влияние в масштабах отдельных субъектов федерации.

Стоит отметить, что Тюменская и Архангельская области – единственные субъекты федерации, где ВДС турсектора в текущих ценах в 2022 г. была меньше, чем в доковидном 2019 г. Очевидно, пандемия нанесла туризму данных регионов наибольший ущерб.

Рассмотрим вклад туристической сферы в ВРП регионов в целом (рис. 2).

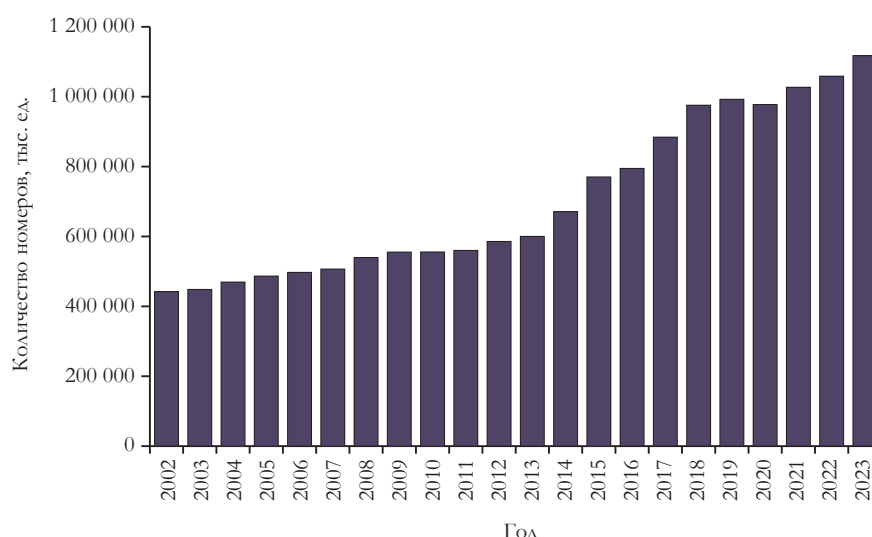


Составлено автором по материалам источника⁵

Рис. 2. Доля ВДС туристской индустрии в ВРП регионов в 2022 г.

⁴ Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 11.04.2025).

⁵ Там же



Составлено автором по материалам источника⁷

Рис. 4. Количество номеров в коллективных средствах размещения в России за 2002–2023 гг.

Судя по рис. 4, действительно, трудно переоценить масштаб изменений в туристической сфере за последние 10 лет. Если до 2013 г. номерной фонд российских гостиниц и курортов увеличивался достаточно медленно и за период с 2002 г. по 2013 г. прирост составил 35 % (158 тыс. номеров), то уже в 2014 г. его темпы резко ускорились. С 2013 г. по 2019 г. увеличение составило 65 % (392 тыс. номеров). То есть среднегодовой темп прироста повысился с 3 до почти 11 %. Лишь пандемия COVID-19 замедлила процесс роста внутреннего предложения услуг организованного размещения. С 2021 г. данный индикатор возобновил рост.

Четкое разделение периодов 2002–2014 гг. и 2015–2019 гг. в динамике номерного фонда на рис. 4 не допускает двойственности трактовки факторов влияния в данный период: однозначно снижение экономической и физической доступности ранее популярных направлений резко повысило привлекательность внутрироссийского туризма и влияние прочих факторов, в том числе относительной непрозрачности предприятий малого масштаба, представляется незначительным, поскольку резкий переход 2014–2015 гг. на графике очевиден.

Стоит отметить, что существовавшая на тот момент программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» предусматривала в период действия плавное увеличение показателей развития отрасли, в том числе номерного фонда, порядка 1–2 % ежегодно. Рис. 4 демонстрирует явно иную динамику и резкое увеличение темпов прироста с 2014 г., что свидетельствует о первичности влияния изменения политико-экономической ситуации на рубеже 2014–2015 гг. и о незначительности фактора государственного управления в тот период.

В разрезе федеральных округов и регионов-лидеров ситуация выглядит следующим образом (табл. 2).

Таблица 2

**Число номеров в коллективных средствах размещения за 2002–2023 гг.
по федеральным округам**

Регион	2002 г.	2010 г.	2013 г.	2019 г.	2020 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г., %	2023 г. к 2002 г., %	2023 г. к 2013 г., %
Россия	442	556	600	993	977	1 059	1 117	100	253	186
Центральный федеральный округ	118	126	138	224	212	237	259	23,2	220	187
Московская область	30	32	33	46	48	58	62	5,6	204	188

⁷ Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 11.04.2025).

Окончание табл. 2

Регион	2002 г.	2010 г.	2013 г.	2019 г.	2020 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г., %	2023 г. к 2002 г., %	2023 г. к 2013 г., %
Москва	35	38	42	90	77	87	102	9,1	294	245
Северо-Западный федеральный округ	47	69	65	97	96	108	117	10,5	249	181
Санкт-Петербург	19	24	24	44	43	49	55	4,9	291	226
ЮФО	72	110	118	307	303	323	337	30,2	466	286
Крым	–	–	–	69	73	74	75	6,7	–	–
Краснодарский край	56	89	95	197	191	206	218	19,5	390	230
Северо-Кавказский федеральный округ	23	30	33	42	44	48	51	4,5	223	155
Ставропольский край	15	20	21	24	25	26	27	2,4	176	127
Приволжский федеральный округ	81	92	99	136	134	142	142	12,7	175	143
Уральский федеральный округ	34	42	45	58	59	62	64	5,7	187	142
Сибирский федеральный округ	41	53	66	78	78	85	88	7,9	213	133
Дальневосточный федеральный округ	26	34	36	51	52	54	60	5,4	233	167

Примечание: данные представлены в тыс. ед.; ЮФО – Южный федеральный округ

Составлено автором по материалам источника⁸

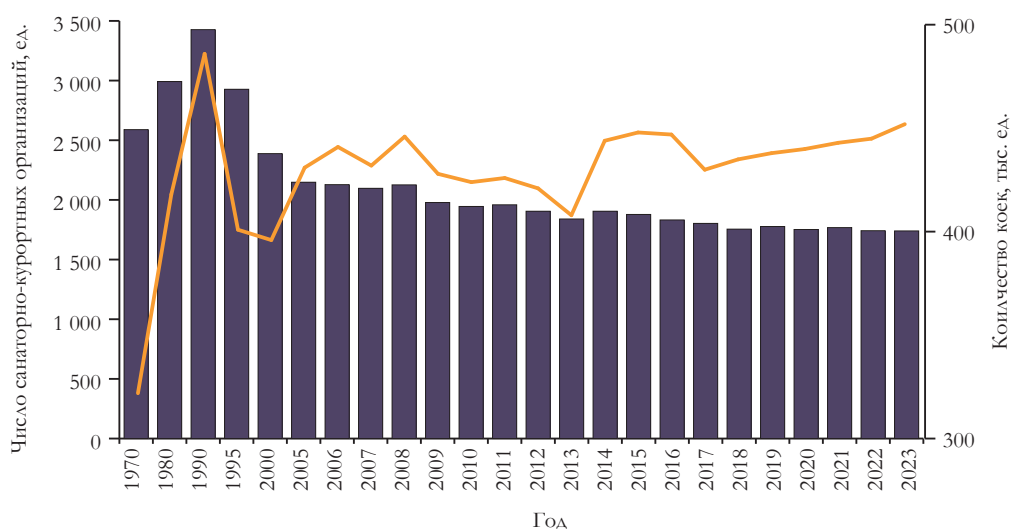
Как видно из табл. 2, ключевыми регионами в плане развития индустрии гостевого бизнеса являются Краснодарский край (почти одна пятая всего российского предложения номеров), Москва и Московская область (15 % в сумме), Крым (почти 7 %) и Санкт-Петербург (5 %). Все лидеры существенно более быстрыми темпами, чем в среднем по России, увеличивают емкость номерного фонда. Конечно, наиболее значительно здесь выделяется ЮФО и, в частности, Краснодарский край как главный регион, который в основном и задает темп развития отрасли. В целом же на топ-5 приходится почти 46 % номеров в коллективных средствах размещения в России.

Стоит отметить, что и остальные федеральные округа также демонстрируют улучшение показателей развития индустрии организованного отдыха, хотя и не столь быстрыми темпами. Все-таки основными туристическими центрами остаются и, судя по тенденции, будут оставаться в ближайшем будущем Краснодарский край и Москва.

Отметим, что основной фокус развития номерного фонда происходит в секторе гостиничного бизнеса, тогда как санаторно-курортное направление остается аутсайдером туристической индустрии (рис. 5).

Как мы видим из рис. 5, около половины существовавших в годы Советского Союза санаторно-курортных организаций к настоящему времени прекратили существование или были перепрофилированы. Хотя количество мест в них снизилось не так значительно. Это свидетельствует о снижении внимания к такому ранее распространенному виду отдыха в крупных профильных организациях в пользу отелей, гостиниц, хостелов. Самостоятельный отдых и бронирование, формирование туристической программы с помощью туроператора, динамичный отдых с посещением сразу ряда городов и достопримечательностей гораздо более популярны, чем менее активный санаторно-курортный, который тем не менее, конечно, еще находит своего потребителя и в современных условиях.

⁸ Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 11.04.2025).



Составлено автором по материалам источника⁹

Рис. 5. Показатели деятельности санаторно-курортных организаций в России за 1970–2023 гг.

В целом отметим, что номерной фонд средств коллективного размещения в российской туристической сфере быстро растет благодаря переносу потока туристов за рубеж на внутрироссийские направления. Особенно резко он начал увеличиваться с 2014 г., хотя стоит заметить: на этапе 2013–2014 гг. определенное влияние на показатель оказало присоединение Крыма, что арифметически привело к увеличению общероссийской величины на величину мест коллективного размещения в республике. Однако рис. 4 однозначно свидетельствует о том, что это не было определяющей тенденцией. Фактически тренд на рост количества мест коллективного размещения за последнее десятилетие характерен для всей страны.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРФИРМ. ВНЕШНИЙ И ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ

Рассмотрим деятельность турфирм РФ более подробно (табл. 3).

Таблица 3

Въезд и выезд туристов из России, деятельность турфирм за 1993–2023 гг.

Наименование	1993 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2014 г.	2019 г.	2020 г.	2023 г.
Въезд туристов в Россию, тыс. поездок	1 543	1 787	2 215	2 251	2 025	25 438	24 419	6 359	8 210
Выезд граждан за рубеж с туристическими целями, тыс. поездок	1 577	2 555	4 252	6 405	12 231	42 921	45 330	12 361	25 335
Количество турфирм, ед.	Н.д.	Н.д.	2 966	5 079	9 133	11 614	12 690	12 463	14 102
Реализованные турпакеты, тыс. ед.									
По России	Н.д.	Н.д.	767	1 378	872	992	2 111	2 094	3 333
За рубеж	Н.д.	Н.д.	477	2 478	3 367	3 253	2 911	1 013	3 009
Реализованные турпакеты, млн руб.									
По России	Н.д.	Н.д.	4 006	13 757	18 343	25 444	69 560	70 964	164 737
За рубеж	Н.д.	Н.д.	5 023	52 727	148 148	214 308	301 328	98 010	545 083

Примечание: н.д. – нет данных

Составлено автором по материалам источника¹⁰

⁹ Федеральная служба государственной статистики. Туризм. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 11.04.2025).

¹⁰ Там же.

Как мы видим из табл. 3, выезд российских граждан за рубеж увеличивался до 2014 г. С 2014 г. по 2019 г. рост зарубежных поездок прекратился. Это же касается и показателей въездного туризма в РФ. При этом реализация туристических пакетов за рубеж увеличивалась до 2014 г. на фоне стагнации внутрироссийского предложения аналогичных услуг. Однако временной отрезок 2014–2019 гг. был действительно бумом роста продаж турпакетов по России. Даже ковидный 2020 г. незначительно повлиял на эту тенденцию. 2023 г. стал историческим рекордом продаж. С 2020 г. продажи турпакетов внутри страны устойчиво в численном выражении опережают продажи подобных услуг для выезда за рубеж. Хотя в ценовом выражении зарубежные турпакеты, конечно, значительно опережают отечественные. На этом моменте стоит остановиться подробнее, поскольку финансовая сторона в рыночной экономике имеет решающее значение в любой отрасли хозяйства.

В структуре стоимости реализации турпакетов в 2000 г. отечественные и зарубежные направления распределялись примерно поровну: 55,6 % приходилось на реализованные турпакеты по зарубежным странам, а 44,4 % – внутри страны. К 2010 г. ситуация изменилась в сторону трансграничного туризма: 89 % средств были направлены на организованный отдых за границей. В 2014 г. ситуация сохранилась в той же пропорции (11 % внутри России, 89 % – за рубеж). Несмотря на санкции и охлаждение интереса к отдыху российских туристов в Северной Африке и Юго-Западной Азии, стоимостная доля зарубежных туров к 2016 г. не опустилась ниже 73 %, а к 2019 г. она увеличилась до 81 %.

В 2020 г. мы увидели повторение ситуации 2000 г. в структурном выражении: 58 % средств граждан были потрачены на отдых за рубежом, что почти сравнялось с показателем 20-летней давности. В 2021 г. ситуация начала выправляться: доля отечественных направлений сократилась до 31 %, а к 2023 г. – до 23 %. Хотя это, конечно, связано с опережающим ростом зарубежных туров, а никак не со снижением внимания ко внутрироссийским турам. Мы здесь говорим лишь о структуре стоимости реализованных турпакетов. В количественном же выражении внутрироссийские туры, как мы уже говорили, устойчиво опережают зарубежные, хотя и ненамного.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экономико-статистический анализ состояния и динамики развития туротрасли РФ позволил сделать несколько важных наблюдений.

Во-первых, как отмечает ряд авторов, подтвердилось этапное развитие туристической сферы под влиянием политических, экономических и эпидемиологических факторов. Каждый из них в своей мере повлиял на выбор потребителей в пользу отдыха внутри России, хотя зарубежные направления, конечно, продолжают пользоваться спросом и в денежном выражении значительно опережают продажи турпакетов по России. Тем не менее с 2014 г. наблюдается устойчивый рост внутрироссийского туризма на фоне нестабильного спроса на зарубежные поездки.

Вторым важным наблюдением нашей работы стоит назвать то, что Москва является ключевым объектом туристического интереса и основным драйвером роста туротрасли в масштабах России. Она формирует почти треть добавленной стоимости отрасли, задавая темп развития российского туризма. Хотя при этом лидером по объему номерного фонда остается Краснодарский край (пятая часть номеров гостиничного сектора РФ). Это свидетельствует о том, что наиболее дорогой отдых и туристические посещения – в Москве, тогда как самый массовый отдых – это по-прежнему Черноморское побережье Краснодарского края.

Текущая динамика демонстрирует высокий потенциал Москвы и Сочи и то, что в будущем они так и будут оставаться ключевыми центрами российского туризма, и остальные регионы не смогут конкурировать с лидерами по абсолютным показателям.

В относительном выражении среди регионов по развитию и роли туризма в экономике выделяются Алтай, Санкт-Петербург, Брянская область и ряд субъектов севера России. Северные регионы обязаны заметному развитию туристического сектора в денежном выражении высоким показателям собственного экономического развития. Так, наибольшие значения ВДС туротрасли наблюдаются в регионах с самыми значительными показателями ВРП на душу населения. Это свидетельствует о том, что отечественная индустрия продолжает ориентироваться преимущественно на отдых внутри субъекта. Например, сельский и аграрный туризм и туры выходного дня из областного центра, обратные направления экскурсионного, праздничного туризма или тех же туров на выходные с периферии региона в центр.

Особняком здесь стоят лишь Москва, Краснодарский край, Санкт-Петербург и Алтай, которые притягивают к себе туристов со всей России.

Список литературы

1. Тушемилова Н.Н. Тенденции и перспективы развития туризма в Российской Федерации. Вестник Восточно-Сибирского государственного института культуры. 2022;3(23)90–96. <http://doi.org/10.31443/2541-8874-2022-3-23-90-96>
2. Saeid A.G., Arifin M.Z., Hasim M.S. The challenges of tourism in the countries of the Arab spring revolutions. *Advances in Natural and Applied Sciences*. 2012;7(6):1162–1171.
3. Александрова А.Ю. География туристских потоков в Российской Федерации: статистика, тренды, проблемы. Наука. Инновации. Технологии. 2017;1:95–108.
4. Abushouk A. Arab spring. In: *Oxford Research Encyclopedias*. Oxford: Oxford University Press; 2024.
5. Mansfeld Ya., Winckler O. Can this be spring? Assessing the impact of the “Arab spring” on the Arab tourism industry. *Tourism*. 2015;2(63):205–223.
6. Noureddine S., Almubrizi H., Alriyami H., Scott N. Tunisian tourism: at the eye of an Arab spring storm. In: *Tourism in the Arab world. An industry perspective*. Bristol: Channel View Publications; 2017. Pp. 145–160.
7. Цыпин А.П., Овсянников В.А. Оценка доли иностранного капитала в промышленности России. Молодой ученый. 2014;12(71):195–198.
8. Николенко П.Г., Терехов А.М. Анализ состояния туристской отрасли в России и направления ее развития. Статистика и экономика. 2022;4(19):57–70. <https://doi.org/10.21686/2500-3925-2022-4-57-70>
9. Бочков П.В., Блинова Е.А. Актуализация развития российского туризма в период пандемии. Теория права и межгосударственных отношений. 2021;7(19(2)):403–406.
10. Chihwai P. Exploring the impact of COVID-19 on tourism in East African countries. In: *COVID-19 impact on tourism performance in Africa*. Singapore: Springer; 2024. Pp. 39–54.
11. Воронкова А.П. Стратегии развития российского туризма в условиях пандемии COVID-19 и западных санкций. Вестник Московского университета. Серия 27: Глобалистика и геополитика. 2022;4:12–26. <https://doi.org/10.56429/2414-4894-2022-42-4-12-26>
12. Аргун Г.Р. Рост внутреннего туризма в России за последние 20 лет. В кн.: *Наука XXI века: актуальные направления развития: материалы XIII Международной научно-практической конференции, 22 февраля 2024 г.* Самара: Самарский государственный экономический университет; 2024. С. 3–6.
13. Парушина Н.В., Лытнева Н.А., Боброва Е.А. Анализ развития аграрного туризма для обеспечения устойчивости региональной экономики и решения проблем трудовой занятости. *Экономическая среда*. 2021;1(35):4–12. <https://doi.org/10.36683/2306-1758/2021-1-35/4-12>
14. Тиунов В.М. Перспективы развития внутреннего туризма в Российской Федерации в современных реалиях. Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2023;1(8):107–110. <https://doi.org/10.47475/2500-0365-2023-18217>
15. Ткаченко И.К. Туризм как фактор экономического развития Российской Федерации. *Экономика и предпринимательство*. 2024;1(162):75–77. <https://doi.org/10.34925/EIP.2024.162.1.010>

References

1. Tushemilova N.N. Tendencies and perspectives of tourism development in Russia. *Bulletin of the East Siberian State Institute of Culture*. 2022;3(23)90–96. (In Russian). <http://doi.org/10.31443/2541-8874-2022-3-23-90-96>
2. Saeid A.G., Arifin M.Z., Hasim M.S. The challenges of tourism in the countries of the Arab spring revolutions. *Advances in Natural and Applied Sciences*. 2012;7(6):1162–1171.
3. Aleksandrova A.Yu. Geography of tourist flows in the Russian Federation: statistics, trends, challenges. *Science. Innovations. Technologies*. 2017;1:95–108. (In Russian).
4. Abushouk A. Arab spring. In: *Oxford Research Encyclopedias*. Oxford: Oxford University Press; 2024.
5. Mansfeld Ya., Winckler O. Can this be spring? Assessing the impact of the “Arab spring” on the Arab tourism industry. *Tourism*. 2015;2(63):205–223.
6. Noureddine S., Almubrizi H., Alriyami H., Scott N. Tunisian tourism: at the eye of an Arab spring storm. In: *Tourism in the Arab world. An industry perspective*. Bristol: Channel View Publications; 2017. Pp. 145–160.
7. Tyypin A.P., Ovsyannikov V.A. Assessment of the share of foreign capital in Russian industry. *Young scientist*. 2014;12(71):195–198. (In Russian).

8. *Nikolenko P.G., Terekhov A.M.* Analysis of the state of the tourism industry in Russia and the directions of its development. *Statistics and Economics*. 2022;4(19):57–70. (In Russian). <https://doi.org/10.21686/2500-3925-2022-4-57-70>
9. *Bochkov P.V., Blinova E.A.* Actualization of the development of Russian tourism during the pandemic. *Theory of law and interstate relations*. 2021;7(19(2):403–406. (In Russian).
10. *Chihwai P.* Exploring the impact of COVID-19 on tourism in East African countries. In: *COVID-19 impact on tourism performance in Africa*. Singapore: Springer; 2024. Pp. 39–54.
11. *Voronkova L.P.* Strategies for the development of Russian tourism in the context of the COVID-19 pandemic and Western sanctions. *Journal Bulletin of Moscow University. Series 27: Global Studies and Geopolitics*. 2022;4:12–26. (In Russian). <https://doi.org/10.56429/2414-4894-2022-42-4-12-26>
12. *Argun G.R.* Growth of domestic tourism in Russia over the last 20 years. In: *Science of the XXI century: current directions of development: Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference, February 22, 2024*. Samara: Samara State University of Economics; 2024. Pp. 3–6. (In Russian).
13. *Parushina N.V., Lytneva N.A., Bobrova E.A.* Analysis of the development of agricultural tourism to ensure the sustainability of the regional economy and solve employment problems. *Economic Environment*. 2021;1(35):4–12. (In Russian). <https://doi.org/10.36683/2306-1758/2021-1-35/4-12>
14. *Tinnov V.M.* Prospects for the development of domestic tourism in the Russian Federation in modern realities. *Physical Culture. Sports. Tourism. Motor Recreation*. 2023;1(8):107–110. (In Russian). <https://doi.org/10.47475/2500-0365-2023-18217>
15. *Tkachenko I.K.* Tourism as a factor of economic development of the Russian Federation. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. 2024;1(162):75–77. (In Russian). <https://doi.org/10.34925/EIP.2024.162.1.010>