

УДК 338      DOI: 10.14451/2.176.110

# Методы оценки внутреннего туризма с помощью статистических инструментов для прогнозирования рисков

© 2023 Павлова Светлана Викторовна

кандидат экономических наук, старший преподаватель департамента бизнес-аналитики факультета налогов, аудита и бизнес-анализа.

Финансовый университет при Правительстве РФ. Россия, Москва.

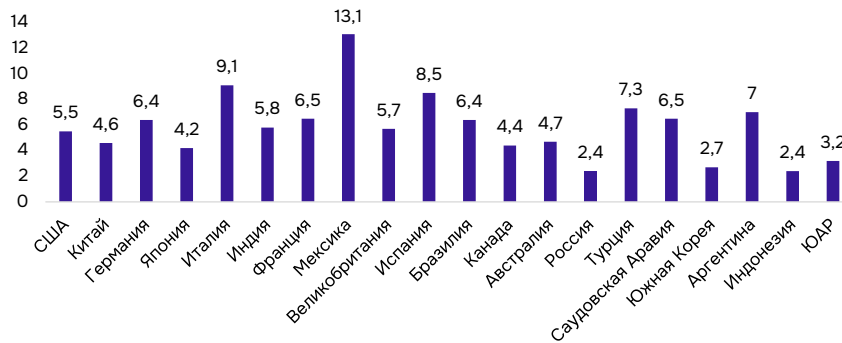
E-mail: pav\_cveta@mail.ru

**Ключевые слова:** внутренний туризм, статистическая оценка, анализ индикаторов, дифференциация, методы статистической оценки.

Оценка внутреннего туризма является важным инструментом для понимания и анализа туристической отрасли, так как его развитие способствует экономическому росту, созданию рабочих мест, повышению потребления товаров и услуг, а также увеличению налоговых поступлений в бюджет. Внутренний туризм повышает социальное благополучие страны, так как развивая инфраструктуру, увеличивает осведомленность о культурном наследии, повышая национальное самосознание и является инструментом в продвижении и популяризации туристических мест страны. В целом оценка внутреннего туризма является актуальной, так как она помогает понять, как туризм влияет на экономику и социальную сферу, а также какие меры могут быть приняты для улучшения туристической отрасли внутри страны, с целью нивелировать возникновения рисков, тормозящих развитие туристической индустрии.

Внутренний туризм в России является одним из важнейших секторов экономики страны и имеет большой потенциал для развития [4]. Он представляет собой разнообразный и многогранный сегмент, который включает в себя различные формы отдыха и развлечения. Сегодня многие российские туристы предпочитают проводить отпуск на родине, чтобы познакомиться с красотами и достопримечательностями своей страны, насладиться природой и культурным наследием, а также попрактиковаться в здоровом образе жизни. Внутренний туризм в России является одним из наиболее развитых и разнообразных

видов туризма в стране. Страна имеет огромный потенциал для развития внутреннего туризма, благодаря ее богатой истории, культурному наследию, природным достопримечательностям, разнообразному климату и многим другим факторам. Одним из наиболее популярных видов внутреннего туризма является пляжный отдых на Черном и Азовском морях, а также на берегах Байкала и Каспийского моря. Кроме того, в России имеется множество горнолыжных курортов, которые пользуются большой популярностью в зимний период. Также популярными направлениями внутреннего туризма являются экскурсии



**Рис. 1.** Доля сферы путешествий и туризма в ВВП страны в 2021 г., в % (составлено автором на основе данных Росстата).

**Таблица 1.** Рейтинг стран по индексу «Конкурентоспособность индустрии туризма и путешествий», 2021 г.

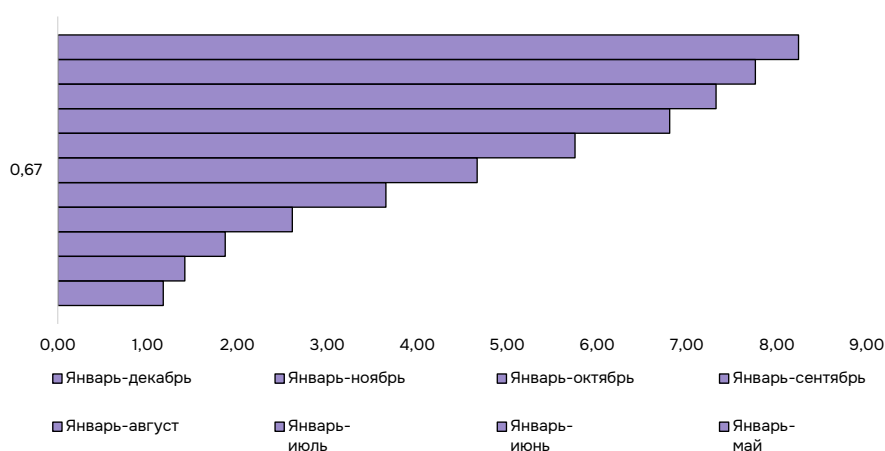
Страна	Позиция	Значение индекса (1–7)	Изменения с 2019 г.	
			Позиция в рейтинге	Значения индекса, %
Россия	39	4,2	4	0,2
Япония	1	5,2	1	0,7
США	2	5,2	–1	–1
Испания	3	5,2	2	0
Франция	4	5,1	2	–0,2
Германия	5	5,1	–1	–1,8
Швейцария	6	5	1	–2,1
Австралия	7	5	1	–1,3
Великобритания	8	5	–5	–4,5
Сингапур	9	5	0	–1,4
Италия	10	4,9	2	0,8

Источник: составлено автором на основе данных Всемирного экономического форума (WEF), Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future INSIGHT REPORT MAY 2022.

по городам с богатой историей и культурным наследием, таким как Казань, Нижний Новгород, Ярославль и другие города России. Национальные парки и заповедники также пользуются большой популярностью среди туристов, желающих насладиться природными красотами России. Помимо этого, в стране развиты различные виды туризма, такие как оздоровительный, спортивный, гастрономический, культурный, религиозный туризм и другие. Все эти виды туризма стремительно развиваются, так как может предложить своим гостям уникальный опыт и незабываемые впечатления от поездки в Россию.

Таким образом, внутренний туризм в России

имеет большой потенциал для развития и продолжает оставаться популярным среди местных жителей. Внутренний туризм способствует развитию регионов и экономики страны, а также помогает сохранять и развивать культурное и природное наследие России. В стране также развиты и другие формы внутреннего туризма, которые отличаются по продолжительности поездки, степени организованности, форме размещения и уровню комфорта. Например, некоторые туристы предпочитают путешествовать самостоятельно, планируя маршрут и бронируя жилье и транспорт самостоятельно. Другие же предпочитают групповые туры с экскурсоводом, который будет знакомить их с историей и куль-



**Рис. 2.** Число въездных туристических поездок иностранных граждан в Россию (составлено автором на основе Росстата).

турой региона. Существует также популярный вид внутреннего туризма – автотуризм, когда туристы путешествуют по стране на своих собственных автомобилях или арендованных. Это дает возможность свободно перемещаться по территории и посещать даже те места, которые недоступны для общественного транспорта.

Кроме того, в России имеется множество различных типов размещения для туристов: гостиницы, хостелы, кемпинги, коттеджи, апартаменты, дома на дереве и многие другие. Туристы могут выбирать варианты размещения в зависимости от своих предпочтений и бюджета. Россия также известна своими курортными зонами, которые предлагают туристам широкий спектр услуг и развлечений, таких как спа-центры, бассейны, казино, рестораны, дискотеки и многое другое. Такие курорты как Сочи, Анапа, Геленджик, Алушта, Евпатория и другие являются популярными местами для отдыха как среди местных жителей, так и среди туристов из разных регионов страны.

Таким образом, внутренний туризм в России является многообразным и предлагает туристам множество вариантов для отдыха и путешествий. Богатство природных и культурных достопримечательностей России, а также широкий выбор услуг и развлечений делают внутренний туризм в России привлекательным.

### Статистические методы для оценки внутреннего туризма РФ

Внутренний туризм РФ можно оценить с помощью различных статистических методов. Одним из таких методов является анализ временных рядов, который позволяет прогнозировать будущие значения на основе прошлых данных. Для этого необходимо оценить данные о количестве туристов, посещающих различные регионы РФ, за несколько последних лет. Эти данные можно использовать для построения временных рядов и оценки их трендов и сезонности. Затем можно применить различные методы прогнозирования временных рядов, такие как модели ARIMA, SARIMA или модели глубокого обучения, чтобы оценить будущее количество туристов в каждом регионе. Кроме того, можно использовать методы статистического анализа рисков, чтобы оценить вероятность возникновения негативных событий, таких как экономические кризисы, природные катаклизмы или эпидемии, которые могут повлиять на количество туристов.

Оценка рисков может осуществляться с помощью различных методов, таких как регрессионный анализ или моделирование событийного риска. Эти методы могут помочь определить, какие факторы могут повлиять на количество туристов в каждом регионе и какие риски существуют для будущих прогнозов. Наконец, для оценки рисков можно использовать также экспертные оценки, проводимые с помощью опро-

сов и интервью с представителями туристической индустрии и экономических экспертов. Это может помочь получить более точные и надежные оценки рисков и прогнозов.

В целом, статистическая оценка внутреннего туризма РФ и прогнозирование рисков может быть проведено с помощью различных методов статистического анализа и экспертных оценок. Это может помочь предсказать будущее количество туристов в каждом регионе и оценить риски, связанные с изменением экономической и социальной ситуации в стране.

Таким образом, для более точной статистической оценки внутреннего туризма РФ и прогнозирования рисков можно использовать несколько дополнительных методов.

1. Моделирование с помощью машинного обучения: дерево принятия решений, метод случайного леса (Random Forest), нейронные сети и градиентный бустинг могут помочь улучшить точность прогнозирования, особенно если имеются большие объемы данных. Моделирование внутреннего туризма – это процесс создания математической модели, которая описывает потоки туристов внутри страны, а также их поведение и потребности. Эта модель может использоваться для прогнозирования тенденций внутреннего туризма, определения наиболее популярных направлений, понимания влияния экономических и социальных факторов на индустрию туризма и разработки эффективных стратегий управления туристической инфраструктурой. Например, можно использовать статистические методы для анализа данных о количестве туристов, их местах проживания, бюджетах и т. д. Также можно использовать агентно-ориентированное моделирование, чтобы спрогнозировать поведение индивидуальных туристов и их взаимодействие с другими туристами и инфраструктурой. При моделировании внутреннего туризма важно учитывать различные факторы, влияющие на индустрию туризма, такие как экономические условия, политическая ситуация, демографические тенденции и т. д. Также важно учитывать особенности каждого региона и его туристическую

инфраструктуру.

2. Кластерный анализ позволяет группировать регионы РФ с похожими характеристиками, такими как географическое расположение, климатические условия, культурные и исторические достопримечательности, что может помочь определить, какие регионы могут быть наиболее привлекательными для туристов.

3. Анализ социальных медиа (Social Media) может помочь понять, какие места и достопримечательности являются наиболее привлекательными для туристов. Этот анализ может помочь туристическим компаниям, правительствам и другим заинтересованным сторонам понять, какие направления популярны у туристов, какие аспекты путешествия они наиболее ценят, и какие маркетинговые стратегии могут быть наиболее эффективными. Социальные медиа – это главный источник информации для многих путешественников. Они используют такие платформы, как Instagram, Facebook, Twitter и TripAdvisor, чтобы делиться своими впечатлениями о поездке, рекомендовать места для посещения и давать общую оценку своего опыта. Использование данных, собранных в социальных медиа, может помочь выявить тенденции и паттерны поведения туристов, а также понять, какие аспекты путешествия являются наиболее важными для них. Анализ социальных медиа может быть выполнен с помощью различных инструментов и технологий, таких как машинное обучение и анализ тональности текста. Он может включать в себя сбор данных о количестве упоминаний конкретных направлений, достопримечательностей или отелей чтобы понять, какие аспекты поездки оказывают наибольшее влияние на общее впечатление туристов.

Таким образом, статистическая оценка внутреннего туризма в России обычно проводится на основе данных, собранных со статистических отчетов туристических организаций, гостиниц, авиакомпаний и других источников. Эти данные позволяют определить количество туристов, посетивших различные регионы России, а также продолжительность их пребывания и степень

использования туристических услуг.

В дополнение к этому статистическая оценка внутреннего туризма в России может включать опросы населения, проводимые государственными структурами или независимыми исследовательскими организациями. Эти опросы могут охватывать различные аспекты туризма, такие как предпочтения в выборе места отдыха, количество поездок в год, бюджет на отпуск и т. д.

Обработка полученных данных позволяет сделать статистическую оценку внутреннего туризма в России, а также определить тенденции и изменения в этой области. Такие оценки помогают государственным органам и представителям индустрии туризма принимать решения в области развития туризма и продвижения туристических услуг [8].

#### **Анализ внутреннего туризма России**

Для поиска статистических данных по туризму в России обратимся к официальным статистическим и исследовательским организациям, таким как Росстат (<https://www.gks.ru/>), Ассоциация туроператоров России (<https://atorus.ru/>). Министерство экономического развития России (<https://economy.gov.ru/>). Согласно статистическим бюллетеням Росстата, подготовленным аналитиками к всемирному дню туризма (2022), доля сферы путешествий и туризма в ВВП страны на 2022 год в % по странам выглядит следующим образом (рис. 1).

Согласно статистическим данным, экономический вклад туризма в России от доли в ВВП оценивается в 2,4%, хотя по данным Ростуризма в стране на туристическую индустрию приходится почти 4% ВВП [7]. В Рейтинге стран по индексу «Конкурентоспособность индустрии туризма и путешествий» (The Travel and Tourism Competitiveness Index), составленному Всемирным экономическим форумом, РФ лишь на 39-й позиции с общим баллом 4,2 из 7 возможных (см. таблицу 1).

Этот индекс позволяет оценить конкурентоспособность стран в области туризма и путешествий на основе ряда факторов, таких как туристическая инфраструктура, качество услуг,

культурное наследие, технологические инновации и др. Среди факторов, которые повлияли на позицию России в рейтинге, можно отметить:

- качество туристических услуг: Россия заняла 74-е место по данному показателю из-за низкой оценки качества обслуживания в отелях и ресторанах, а также низкой оценки транспортной доступности;
- туристическая инфраструктура: Россия заняла 73-е место по данному показателю из-за недостаточного количества гостиниц и проблем с транспортной доступностью;
- культурное наследие: Россия заняла 14-е место по данному показателю благодаря богатому культурному наследию и многочисленным культурным мероприятиям;
- природные ресурсы: Россия заняла 15-е место по данному показателю благодаря наличию уникальных природных ресурсов и заповедников.

Этот рейтинг свидетельствует о том, что Россия не является самой конкурентоспособной страной в области туризма и путешествий, однако это не означает, что туристический потенциал России не существует или что туризм в России не развивается.

Рейтинги стран по внутреннему туризму необходимы и могут быть полезны для развития индустрии внутреннего туризма и повышения его конкурентоспособности. Рейтинги позволяют определить сильные и слабые стороны страны в области внутреннего туризма, выявить тенденции и тренды, а также оценить конкурентную среду в данном секторе и оценить риски. Туристические компании могут использовать рейтинги для определения направлений своей деятельности и выбора партнеров для сотрудничества, а потенциальные туристы могут использовать рейтинги для выбора региона, который они хотят посетить, на основе критериев, которые важны для них, например, качество услуг, достопримечательности, природные ресурсы и др.

### **Въездной туризм в Россию находится на уровне статистической погрешности**

Несмотря на то, что Россия является одной из крупнейших стран в мире с огромным потенциалом в туристической отрасли, въездной туризм в Россию сегодня находится на низком уровне, который можно назвать «статистической погрешностью» по сравнению с другими крупными туристическими странами мира. Причины такой низкой привлекательности России для иностранных туристов стало геополитическая напряженность ряда стран, а также сложности с получением визы, отсутствие удобных и доступных авиарейсов, языковой барьер, недостаточное развитие инфраструктуры [2].

Пограничная служба ФСБ опубликовала обновленную статистику въезда иностранных граждан в РФ. В третьем квартале 2022 года в Россию с туристическими целями приезжали 65,9 тыс. иностранцев. Это почти в 2 раза меньше, чем в самый жесткий «ковидный» период с июля по сентябрь 2021 года. И в 35 раз меньше, чем в третьем квартале 2019 года. В первом квартале 2022 года российский рынок наблюдал тенденцию к восстановлению въездного туризма из-за повсеместного снятия ковидных ограничений. Однако во втором квартале 2022 года снова произошел резкий спад из-за геополитической ситуации. В третьем квартале в РФ с целью туризма приехали только 65,9 тыс. иностранцев. В результате, по итогам трех кварталов 2022 года, въездной турпоток в Россию составил 147,4 тыс. поездок иностранных граждан с целью туризма. Для сравнения: с января по сентябрь 2019 года иностранцы совершили 4,3 млн визитов в Россию с туристическими целями, а за три квартала пандемийного 2021 год с его жесточайшими ограничениями – почти 176 тыс. визитов. С начала года компания «Интурист» обслуживала в основном индивидуальных бизнес-путешественников, еще совсем небольшую часть формировали просто индивидуальные туристы. В основном это были туристы из Индии, Филиппин и Китая» [2].

В последние годы правительство России при-

нимает ряд мер для стимулирования въездного туризма в страну. В частности, были упрощены процедуры получения визы для иностранных туристов, а также проводятся масштабные инвестиции в развитие туристической инфраструктуры и привлечение международных туристических операторов.

С одной стороны, можно ожидать роста внутреннего туризма в России в 2023 году, поскольку в условиях пандемии и геополитической напряженности при закрытии границ многие люди предпочитают путешествовать внутри своей страны, избегая международных поездок. С другой стороны, возможен ряд препятствий для развития внутреннего туризма в России, например, неопределенность ситуации с пандемией может привести к тому, что некоторые люди будут опасаться путешествовать, даже если они будут вакцинированы. Кроме того, необходимость соблюдения мер по борьбе с пандемией (например, ношение масок, социальная дистанция) может затруднить проведение туристических мероприятий). Также стоит учитывать экономическую ситуацию в стране и ее влияние на туризм. Например, если экономика продолжит свое восстановление и люди будут иметь больше денег для путешествий, то можно ожидать роста внутреннего туризма. Однако, если экономическая ситуация в России будет нестабильной, то это может отразиться и на туристической отрасли.

В целом, можно сказать, что внутренний туризм в России в 2023 году будет зависеть от многих факторов, включая ситуацию с пандемией, геополитическую и экономическую ситуацию и настроения людей. Однако, в любом случае, Россия предлагает множество интересных мест для путешествий, и внутренний туризм будет продолжать развиваться в будущем.

Если оценивать ситуацию до пандемии в России, то внутренний туризм был одним из самых популярных видов туризма, и его объемы росли из года в год. Согласно статистическим данным Росстата на 2021 год, доля внутреннего туризма в России составила около 88% от общего числа поездок российских туристов.

Это свидетельствует о том, что большинство россиян предпочитают отдыхать внутри страны, а не ездить за границу [3]. Внутренний туризм в России разнообразен и включает в себя поездки на моря, в горы, экскурсионные программы, культурно-исторические объекты, националь-

ные парки, оздоровительный туризм и многое другое. Кроме того, внутренний туризм был особенно популярен в летний период, когда люди отправлялись на отдых на морские и озерные курорты, а также в зимний период, когда люди путешествовали на горнолыжных курортах.

### Библиографический список

1. Важные аспекты формирования индикаторов оценки отраслевых рисков / А. М. Петров [и др.] // *Экономические науки*. – 2020. – № 191. – С. 213–215. – DOI: [10.14451/1.191.213](https://doi.org/10.14451/1.191.213).
2. Въездной туризм в Россию находится на уровне статистической погрешности / Ассоциация Туроператоров. – URL: <https://www.atorus.ru/node/50115> (дата обр. 28.02.2023).
3. Курилкина А. В., Пирогова О. Е. Влияние демографических факторов на развитие гостиничного бизнеса // *Вестник индустрии гостеприимства : Международный научный сборник. Том Выпуск 12*. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – 42–48ian.
4. Оценка влияния макроэкономических шоков на устойчивость развития секторов национальной экономики и проблемы экономической безопасности / Е. А. Боркова [и др.]. – СПб. – 248 с.
5. Петров А. М., Цыпин А. П., Еремеева Н. С. Статистическое исследование влияния ковид-кризиса на региональную экономику России // *Экономические науки*. – 2022. – № 209. – С. 299–306.
6. Пирогова О. Е., Попова Ю. И. Развитие рынка гостиничной индустрии в России // *Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры экономики и финансов : Сборник научных статей 8-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 12–13 мая 2022 года*. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 202–207.
7. Росстат раскрыл новый способ оценки доли туризма в ВВП / *Ведомости*. – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/01/25/906393-otsenki-turizma> (дата обр. 21.02.2023).
8. Толмачев М. Н., Никифорова Е. В. Пространственный анализ межрегиональной дифференциации российского рынка труда // *Экономические науки*. – 2021. – № 202. – С. 247–254.