

ЭКСПЕРТНЫЙ АНАЛИЗ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ (НА МАТЕРИАЛАХ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

ЛИВЦОВ Виктор Анатольевич, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры истории и государственно-правовых дисциплин Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б-р Победы, д. 5а, e-mail: livcov@orel.ranepa.ru

АЛЕКСЕЁНОК Екатерина Александровна, аспирант кафедры социологии и информационных технологий Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, ул. Панчука, д. 1, e-mail: alekseenok.kate@gmail.com

Аннотация. Цель статьи – представить комплексный анализ результатов экспертного опроса, перспектив развития внутреннего туризма в регионе.

Методы исследования: эмпирическую базу данной работы составляют результаты экспертного опроса «Состояние инфраструктуры региона для развития туризма», проведенного в апреле 2021 года в рамках гранта Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) Всероссийского профессионального конкурса «Мастер Гостеприимства – 2020».

Выделены основные факторы повышения привлекательности региона для внутреннего туризма. Определены сдерживающие условия развития внутреннего туризма в регионе. Авторами структурированы факторы стагнации внутреннего туризма и обозначены перспективные направления их преодоления. В рамках организации управленческой деятельности по развитию регионального туризма эксперты отмечают необходимость создания информационного органа управления, нахождения и продвижения бренда территории с использованием эффективной рекламы.

Экспертами выявлены успешно существующие туристические направления и высокий уровень потенциала региона (его культурно-историческое и литературное наследие, природно-климатические условия).

Ключевые слова: туристический потенциал, региональный туризм, внутренний туризм, региональных отдых, бренд, реклама, стагнация, инфраструктура.

**EXPERT ANALYSIS: PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT
OF THE INTERNAL TOURISM IN THE REGION
(ON THE MATERIALS OF THE ORLOV REGION)**

LIVTSOV V. A., Doctor of Historical Sciences, Professor, Professor of the Department of History and State and Legal Disciplines of the Central Russian Institute of Management - a branch of RANEPА (Russia, Orel) e-mail: livcov@orel.ranepa.ru

ALEXEYONOK E. A., Postgraduate student of the Department of Sociology and Information Technologies of the Central Russian Institute of Management - branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Central Russian Institute of Management - branch of RANEPА (Russia, Orel), e-mail : alekseenok.kate@gmail.com

Abstract. The purpose of the article is to present a comprehensive analysis of the results of an expert survey, prospects for the development of domestic tourism in the region. Research methods: the empirical basis of this work is the results of an expert survey «The state of the region's infrastructure for tourism development», conducted in April 2021 under a grant from the Federal Agency for Youth Affairs (Rosmolodezh) All-Russian professional competition «Master of Hospitality - 2020». The main factors of increasing the attractiveness of the region for domestic tourism are highlighted. The constraining conditions for the development of domestic tourism in the region have been identified. The authors have structured the factors of stagnation of domestic tourism and identified promising ways to overcome them. As part of the organization of management activities for the development of regional tourism, experts note the need to create an information management body, find and promote the brand of the territory using effective advertising. Experts have identified successfully existing tourist destinations and a high level of the region's potential (its cultural, historical and literary heritage, natural and climatic conditions).

Keywords: tourism potential, regional tourism, domestic tourism, regional recreation, brand, advertising, stagnation, infrastructure.

ВВЕДЕНИЕ

Россия обладает огромным туристическим потенциалом, основанным на природно-климатических и рекреационных условиях, культурно-историческом наследии. Сфера туризма является социально-экономической отраслью жизнедеятельности государства. В этой связи туризм позволяет удовлетворять базовые потребности населения в отдыхе, досуге и самореализации, тем самым выполняя социальную функцию [7, с. 518]. Основной стратегической задачей по развитию ту-

ристической сферы в Российской Федерации является организация туризма и разнообразия его направлений таким образом, чтобы максимально расширить контингент путешественников через привлечение всех групп и слоев населения, учитывая особенности социального характера.

Более того, экономические выгоды от развития туристической деятельности оказывают положительный социальный эффект на различные сферы жизнедеятельности общества. Например, создание новых рабочих мест с высокой оплатой труда способствует повышению общего уровня платежеспособности населения, повышаются качественные показатели спроса, а значит, растет предложение в иных социальных сферах, возрастает уровень жизни населения региона.

В соответствии с федеральным законом внутренний туризм представляет собой временные выезды в пределах государства лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания [1].

Туристический потенциал региона представляет собой совокупность всех ресурсов территории, обеспечивающих туристическую сферу, и включает особенность рекреационных и инфраструктурных объектов и туристических услуг, предназначенных для удовлетворения потребности в отдыхе и досуге.

Цель экспертного анализа – перспективы развития внутреннего туризма, с тем чтобы выявить потенциал туристической сферы и выделить основные факторы повышения привлекательности региона для внутреннего туризма, что повысит конкурентоспособность туристической сферы Орловской области.

Анализ некоторых работ исследователей в сфере развития и потенциала туристической сферы в России [2, 4, 6] позволил выделить основные факторы повышения конкурентоспособности туристической сферы в регионах, среди которых:

- повышение качества туристической инфраструктуры и инфраструктуры обеспечивающих туризм смежных отраслей;
- качество и доступность транспортного обеспечения;
- обеспечение высокого уровня сервиса и повышение уровня образования работников сферы туризма;
- совершенствование отраслевого законодательства;
- привлечение инвестиций в туристическую сферу;
- усовершенствование взаимодействия туристического рынка и органов власти;
- развитие туристических брендов;
- использование инновационных цифровых технологий продвижения и обеспечения туристической сферы;
- обеспечение высокого уровня безопасности туристов;
- повышение интереса к вопросам охраны окружающей среды.

Оценка туристского потенциала региона является важной основой для разработки конкурентоспособных региональных туристских услуг и продуктов. Анализ полученных оценок позволяет разработать мероприятия по рациональному использованию всех видов региональных ресурсов (социально-экономических, природно-климатических, культурно-исторических и иных) с целью обеспечения эффективности туристической сферы региона.

В связи с этим на кафедре социологии и информационных технологий Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС было проведено социологическое исследование, включающее опрос населения Орловской области, опрос молодежи Орловской области и экспертный опрос в рамках изучения потенциала развития туристической сферы в регионе.

Эмпирическую базу данной работы составляют результаты экспертного опроса «Состояние инфраструктуры региона для развития туризма», проведенного в апреле 2021 года под руководством доктора социологических наук, профессора Алексеёнок А. А. в рамках гранта Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) Всероссийского профессионального конкурса «Мастер гостеприимства – 2020».

Методология исследования представляет собой экспертный опрос в дистанционной форме посредством использования сервиса «Яндекс.Формы». Опрошено 70 экспертов, имеющих высшее образование, в возрасте 18 лет и старше. Подбор экспертов проходил по принципу их принадлежности к сфере организации и обеспечения туризма в Орловской области с применением метода «снежного кома».

Анализ результатов социологического исследования основан на построении частотных таблиц, таблиц сопряженности с использованием сравнительного метода и проведением SWOT-анализа данных.

В экспертном опросе приняли участие представители следующих сфер профессиональной деятельности в туристическом комплексе: представители сферы организации досуга (38,6 %), специалисты по организации туров (32,9 %), представители торговли в туристической сфере (12,9 %), представители гостиничного бизнеса (8,6 %) и транспортных услуг (7,1 %).

Из них 80 % говорят об отсутствии изменений условий для туристического отдыха и досуга в регионе за последний год (рис. 1). Более того, чуть больше половины экспертов отмечают, что условия либо плохие, без изменений (42,9 %), либо изменились в худшую сторону (10,0 %).

Таким образом, на данный момент можно говорить о стагнации в сфере регионального туризма, когда наблюдается застой в развитии условий для туристического отдыха при достаточно высоком уровне негативной их оценки. Оценку «хорошо» получил аспект «природа и климат (среднее значение оценок 4,07), ближе к средней оценке «хорошо» оказались аспекты: «безопасность отдыхающих» и «привлекательность внешнего облика города».

СОЦИОЛОГИЯ И ЖИЗНЬ

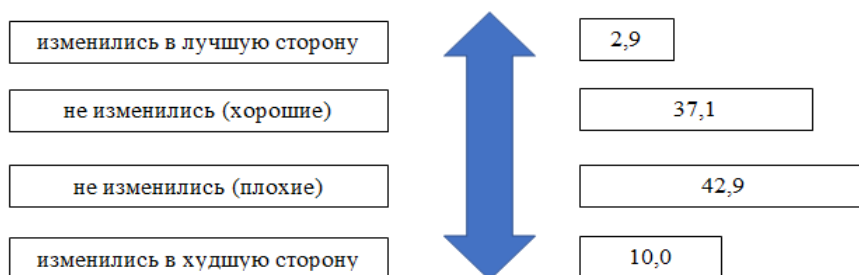


Рисунок 1 – Изменения условий для туристического отдыха и досуга в Орловской области за последний год, по мнению экспертов, %.

Figure 1 – Changes in conditions for tourist recreation and leisure in the Oryol region over the past year, according to experts, %

При этом как наиболее слабые аспекты туризма в регионе экспертами отмечаются следующие: стоимость туров, комфортное проживание, качество обслуживания и сервиса (рис. 2). Экспертов попросили оценить основные аспекты туристической сферы по ранговой шкале, где 1 – минимальное значение, 5 – максимальное.



Рисунок 2 – Оценка экспертами основных аспектов туристического отдыха в регионе по пятибалльной шкале.

Figure 2 – Assessment by experts of the main aspects of tourist recreation in the region on a five-point scale

Таким образом, в целом туристический отдых в регионе экспертами оценивается как чуть выше среднего по пятибалльной шкале (3,46 – среднее значение оценок по всем аспектам туристического отдыха).

Помимо оценок представленных аспектов туристического отдыха, на узнаваемость региона и желание осуществить туристическую поездку по его территории будет влиять множество факторов. Так, необходимо учитывать возможности региона по обеспечению высокого качества удовлетворения потребностей различного контингента потенциальных туристов (табл. 1).

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по пятибалльной шкале готовность Орловской области принимать туристов»

Table 1 – Distribution of answers to the question: "Evaluate the readiness of the Oryol region to receive tourists on a five-point scale"

Контингент отдыхающих	Шкала оценки (5 – «полностью готова», 1 – «совершенно не готова»), %					Среднее значение
	1	2	3	4	5	
туристы, проживающие на территории Орловской области	-	-	37,1	58,6	4,3	3,67
туристы из ближайших (приграничных) областей	-	2,9	48,6	48,6	-	3,46
туристы из других областей	1,4	4,3	75,7	18,6	-	3,11
туристы, проживающие в крупных (столичных) городах России	-	44,3	48,6	7,1	-	2,63
туристы стран ближнего зарубежья	7,1	67,1	21,4	4,3	-	2,23
иностраные туристы	57,1	32,9	7,1	2,9	-	1,56

Так эксперты оценили по пятибалльной шкале готовность региона принимать различный контингент отдыхающих. И если для населения Орловской области и туристов из ближайших областей отмечается достаточная степень готовности региона (3,67 и 3,46 соответственно), то для туристов, проживающих в крупных городах России, и путешественников стран ближнего зарубежья этот уровень недостаточен (2,63 и 2,23 соответственно), а для иностранных туристов вообще является несоответствующим (1,56).

При изучении перспектив развития регионального туризма была использована универсальная методика стратегического менеджмента – метод SWOT-анализа, который позволяет: определить существующие условия территории; выявить сильные стороны, присущие туризму региона; определить факторы внешней среды, оказывающие влияние на развитие туристической сферы, а также факторы, сдерживающие развитие [3, С. 44] туризма, присущие отрасли в регионе.

Результаты SWOT-анализа, в ходе которого эксперты выделили сильные и слабые стороны туристической сферы региона, представлены на рис. 3.

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда туристической сферы	<ul style="list-style-type: none"> ✓ существующие успешные туристические направления ✓ места воинской славы 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие регионального бренда – отсутствие конкуренции между местными турфирмами – неэффективная реклама
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда, характеризующаяся особенностями региона	<ul style="list-style-type: none"> ✓ историко-культурное наследие региона ✓ литературное наследие ✓ хорошие природно-климатические условия ✓ географическое положение 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие информационного органа управления – отсутствие защиты культурных объектов – инфраструктура – недостаточное финансирование туризма в Орловской области – низкая покупательная способность населения

Рисунок 3 – SWOT-анализ состояния туристической сферы региона.

Figure 3 – SWOT analysis of the state of the tourism sector in the region

На рисунке представлены и распределены объединенные частные ответы экспертов. В результате построена первичная модель, отвечающая на вопрос о потенциале и возможных точках роста для туристической сферы Орловской области.

Возможности региона, такие как историко-культурное и литературное наследие, географическое положение и климатические условия, необходимо использовать, чтобы получить положительный эффект от уже имеющихся сильных сторон, присущих области, и для преодоления слабых сторон туристической сферы, среди которых отсутствие бренда и неэффективная реклама. В этой связи можно предложить, например, выбрать бренд региона – третья литературная столица – и в соответствии с ним разработать интересные, предназначенные для широкого круга путешественников туристические направления.

Таким образом, представленная на рисунке схема должна послужить для дальнейшего выдвижения уже готовых решений по развитию туристической сферы региона.

Орловской областью уже представлен широкий ряд направлений туристического отдыха и досуга. Тем не менее по результатам исследований, проведенных на кафедре среди населения региона, 40 % респондентов не совершают туристические поездки, из них 28 % не совершают их именно по Орловской области и 12 % вообще не путешествуют.

Поэтому от того, насколько будут заинтересованы профессионалы, которые непосредственно занимаются организацией и продвижением туризма в регионе, будет зависеть успешность привлечения потенциальных туристов (рис. 4).

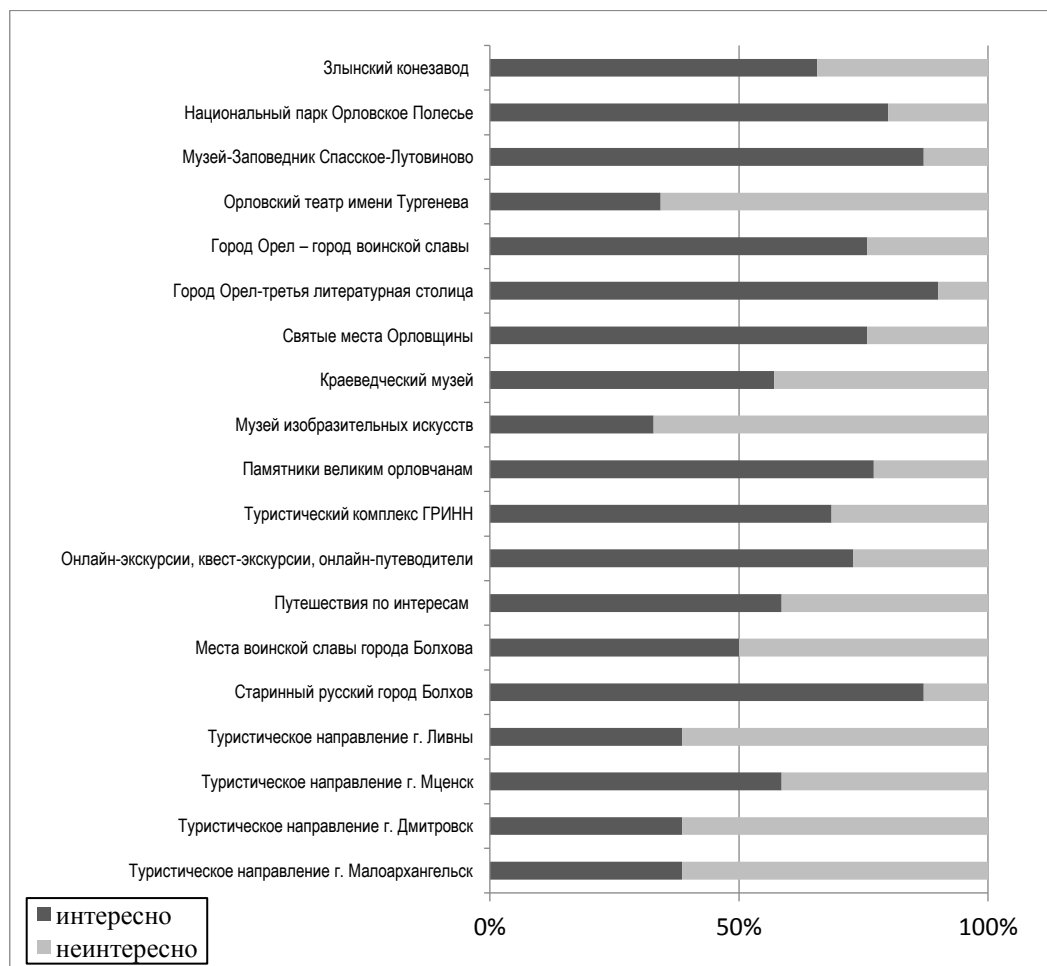


Рисунок 4 – Наличие интереса у экспертов к предложенным туристическим направлениям (можно было отметить несколько вариантов ответа), %.

Figure 4 – The presence of interest among experts in the proposed tourist destinations (several answers could be noted), %

Наиболее интересными направлениями для экспертов являются следующие: «город Орёл – третья литературная столица» (для 90 % экспертов это направление интересно), «Музей-заповедник Спасское-Лутовиново» (87,1 %), «Старинный русский город Болхов» (87,1 %), «Национальный парк «Орловское полесье» (80,0 %).

При этом наиболее актуальными видами туристических поездок по Орловской области в существующих условиях эксперты считают (проранжировано):

- 1) экскурсионно-познавательный туризм – 100 %;
- 2) деловой туризм – 84,3 %;
- 3) сельский туризм, экотуризм – 67,1 %;
- 4) лечебно-оздоровительный туризм – 51,4 %.

Таким образом, необходимо создавать комплексы туристических услуг на основе симбиоза выделенных экспертами туристических направлений и видов туристического отдыха и досуга. Так, например, направления «Музей-заповедник Спасское-Лутовиново» и «Национальный парк «Орловское полесье», помимо экскурсионно-познавательных услуг, могут включать мероприятия, связанные с сельским и экотуризмом.

По данным экспертного опроса, наиболее эффективными источниками получения информации о туристических поездках на данный момент являются «Интернет» (35,2 %) и «СМИ, радио, телевидение» (32,1 %). Однако по результатам опроса местного населения, проведенного параллельно с экспертным, основными источниками получения информации о возможностях проведения туристического отдыха в Орловской области являются «друзья, знакомые» для 37,2 % (так называемое сарафанное радио) и «Интернет» для 36,5 % опрошенных.

В итоге становится ясно, что экспертные решения в сфере развития регионального туризма должны учитывать оценки и видение ситуации непосредственных туристов. В этой связи важно создавать единую интернет-платформу с доступом к отзывам путешественников с возможностью оценки удовлетворенности качеством туристических услуг, онлайн-взаимодействия для консультаций и обмена опытом. Поэтому вопросы, связанные с особенностями разработки новых туристических маршрутов и размещением их на цифровых платформах общего доступа, являются особенно актуальными [8, с. 416].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, опрос экспертов позволил оценить существующий уровень развития туристической сферы в Орловской области и определить перспективы развития туризма в регионе. Орловщина обладает широким спектром туристических направлений и готова предоставлять разнообразные виды туристических услуг, среди которых наиболее актуальны экскурсионно-познавательный, деловой и сельский туризм. Осложняют развитие туристической сферы многие факторы, присущие как самой сфере туризма в регионе, так и внешней среде территории. Среди них отсутствие регионального бренда, неэффективная реклама, отсутствие информационного органа управления, недостаточное финансирование туристической сферы и низкая покупательная способность населения. Последние из перечисленных факторов не позволяют говорить экспертам о готовности региона принимать иностранных туристов и туристов ближнего зарубежья. Помочь реализо-

вать туристический потенциал региона может организация высокоэффективной управленческой деятельности по созданию бренда региона и его качественной рекламы по наиболее эффективным каналам получения информации наряду с решением социально-экономических проблем, присущих Орловской области.

Библиография/References:

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения: 16.07.2021).
2. Абдуллаева Т.К. Развитие туристического потенциала России // Актуальные проблемы экономического развития. Сборник докладов Международной заочной научно-практической конференции. – Белгород, 2011. – С. 3–6.
3. Белова Т.М. Практические рекомендации по оценке перспектив развития сельского туризма в регионе на основе модифицированного метода SWOT-анализа // Экономика нового мира. – 2016. – № 4. – С. 42 – 57.
4. Гареев Р.Р. Инновационный потенциал развития российской туристической отрасли // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта. Сборник статей. – М., 2019. – С. 15 – 17.
5. Каира Ю.В. Структура субъектов социальной ответственности в управлении благосостоянием // Вестник государственного и муниципального управления. – 2011. – № 1. – С. 53–60.
6. Панина Л.В., Толстых Т.О. Развитие туризма как стратегическая цель социально-экономического развития региона // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2017. – № 4 (23). – С. 221– 225.
7. Проказина Н.В., Алексеёнок А.А., Каира Ю.В. Дифференциация качества жизни населения в региональном пространстве // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2020. – Т. 20. – № 3. – С. 509 – 526.
8. Ташенова Л.В., Мамраева Д.Г. Особенности применения аудиогидов в условиях цифровизации туризма: взгляд экспертов // Цифровая экономика, умные инновации и технологии. Сборник трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции с зарубежным участием. – СПб., 2021. – С. 415-417.

1. Strategiiia razvitiia turizma v Rossiiskoi Federatsii na period do 2035 goda: utverzhdena rasporiiazheniem Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 20 sentiabria 2019 goda № 2129-r. [Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period up to 2035: approved by the order of the Government of the Russian Federation dated September 20, 2019 №2129-r.]. – URL:

<https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (data obrashcheniia: 16.07.2021). (In Russ.)

2. Abdullaeva, T.K. (2011) Razvitie turisticheskogo potentsiala Rossii [Development of the tourist potential of Russia] // Aktual'nye problemy ekonomicheskogo razvitiia [Actual problems of economic development]. Sbornik dokladov Mezhdunarodnoi zaochnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. – Belgorod. – P. 3 – 6. (In Russ.)

3. Belova, T.M. (2016) Prakticheskie rekomendatsii po otsenke perspektiv razvitiia sel'skogo turizma v regione na osnove modifitsirovannogo metoda swot-analiza [Practical recommendations for assessing the prospects for the development of rural tourism in the region on the basis of a modified SWOT-analysis method] // Ekonomika novogo mira [Economy of a new world]. – № 4. – P. 42 – 57. (In Russ.)

4. Gareev, R.R. (2019) Innovatsionnyi potentsial razvitiia rossiiskoi turisticheskoi ot-rasli [Innovative potential for the development of the Russian tourism industry] // Problemy i perspektivy industrii gostepriimstva, turizma i sporta [Problems and prospects of the hospitality, tourism and sports industry]. Sbornik statei. – M.– P.15– 17. (In Russ.)

5. Kaira, Iu.V. (2011) Struktura sub'ektov sotsial'noi otvetstvennosti v upravlenii blagosostoianiem [The structure of subjects of social responsibility in welfare management] // Vestnik gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniia [Journal of Public and Municipal Administration]. – № 1. – P. 53– 60. (In Russ.)

6. Panina, L.V., Tolstykh, T.O. (2017) Razvitie turizma kak strategicheskaiia tsel' sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia regiona [Development of tourism as a strategic goal of the socio-economic development of the region] // Vestnik Voronezhskogo instituta vysokikh tekhnologii [Vestnik of Voronezh Institute of High Technologies]. – № 4 (23). – P. 221 – 225. (In Russ.)

7. Prokazina, N.V., Alekseenok, A.A., Kaira, Iu.V. (2020) Differentsiatsiia kachestva zhizni naseleniia v regional'nom prostranstve [Differentiation of the quality of life in the regional space] // Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriia: Sotsiologiya [RUDN Journal of Sociology]. – T. 20. – № 3. – P. 509 – 526. (In Russ.)

8. Tashenova, L.V., Mamraeva, D.G. (2021) Osobennosti primeneniia audiogidov v usloviakh tsifrovizatsii turizma: vzgliad ekspertov [Features of the use of audio guides in the digitalization of tourism: the view of experts] // Tsifrovaia ekonomika, umnye innovatsii i tekhnologii [Digital economy, smart innovations and technologies]. Sbornik trudov Natsional'noi (Vserossiiskoi) nauchno-prakticheskoi konferentsii s zarubezhnym uchastiem. – SPb. – P. 415-417. (In Russ.)