



РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Д. А. Фоменко, студентка,
e-mail: fdasha20ek1@mail.ru

ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический
университет»

М. В. Короткая, канд. экон. наук,
e-mail: mariya.korotkaya@klgtu.ru

ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический
университет»

В статье на основе анализа статистических данных представлены результаты исследования, посвященного внутреннему въездному туризму в Калининградской области и тенденциям роста привлекательности туристической отрасли Калининградской области. Цель исследования – анализ привлекательности внутреннего въездного туризма Калининградской области, а также привлекательности въездного туристского потока. В анализе рассмотрены проблемы и перспективы туризма в самой западной части России. Автор подчеркивает важность изучения и анализа данной сферы деятельности и анализа ее результатов.

Ключевые слова: туризм, Калининградская область, развитие туризма, внутренний туризм

ВВЕДЕНИЕ

Ситуация с коронавирусной инфекцией (COVID-19) оказала серьезное влияние на различные сферы жизни, и наиболее существенно пострадала туристическая отрасль [1]. Российские путешественники отказались выезжать, поскольку не хотели рисковать своим здоровьем и здоровьем окружающих. В российской туристической индустрии дела обстояли не плохо во многом благодаря системе кешбэка, которая стимулировала отдыхающих путешествовать внутри страны. По данным Международной ассоциации воздушного транспорта, Российская Федерация занимает третье место по внутреннему туризму после Китая и США.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования является внутренний въездной туризм в Калининградской области.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель: показать привлекательность внутреннего туризма Калининградской области.

Задачи:

- 1) провести анализ внутреннего туризма в Калининградской области;
- 2) оценить привлекательность туристической отрасли Калининградской области;
- 3) раскрыть перспективы Калининградской области в сфере туризма.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методами исследования послужили анализ, синтез, дедукция, индукция, сравнение, измерение.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Туризм представляет собой колоссальный источник доходов для субъектов Российской Федерации. Внутренний туризм в России с каждым годом становится все более востребованным, к 2030 г. ожидается рост внутреннего туристического потока в два раза.

Доля туризма в ВВП России в динамике с 2010 по 2022 г. представлена на рисунке 1 [2].

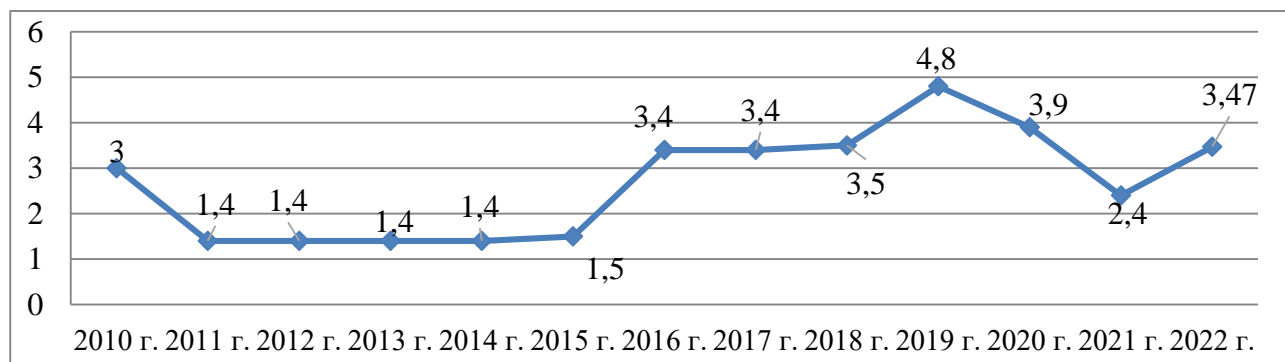


Рисунок 1 – Доля туризма в ВВП России в динамике с 2010 по 2022 г., %

Максимальный вклад индустрии туризма в ВВП России (рис. 1) наблюдался в 2019 году, составив 4,8 %. Пандемия 2020 г. и ее последствия негативно повлияли на туристическую отрасль; наблюдалось снижение доли туризма в ВВП России до 3,9 % в 2020 г. и до 2,4 % в 2021 г. В 2022 г. динамика доли туризма в ВВП России была положительной, рост составил 1,07 %.

Количество турпакетов, реализованных населению в период с 2018 по 2021 г., представлено в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Количество турпакетов, реализованных населению в период 2018–2021 гг.

Показатель	Гражданам других стран по территории России	Гражданам России по другим странам	Гражданам России по территории России	Всего
2018				
Российская Федерация	374 893	2 575 437	1 634 995	4 585 325
Калининградская область	1 979	33 504	16 170	51 653
2019				
Российская Федерация	314 560	2 910 942	2 111 001	5 336 503
Калининградская область	1 349	29 119	18 921	49 389
2020				
Российская Федерация	18 413	1 013 050	2 093 871	3 125 334
Калининградская область	0	6 300	18 764	25 064
2021				
Российская Федерация	12 283	1 942 650	2 856 155	4 811 089
Калининградская область	2	12 298	29 015	41 315

В 2020 г. было реализовано наименьшее количество туров в связи с пандемией и закрытием границ. Максимальное количество турпакетов за рассмотренный период было реализовано в 2019 г.

По мнению Российского союза туристической индустрии, незначительное снижение туристического потока в Калининградскую область связано с тем, что туристы были обеспокоены безопасностью региона для путешествий [4].

Туризм является одним из главных приоритетов социально-экономического развития Калининградской области. Регион богат природными достопримечательностями, историко-культурным наследием. В 2020 г. Калининград занял первое место в мировом рейтинге TripAdvisor Travellers' Choice Awards среди 25 направлений, становясь все более популярным у туристов. Кроме того, по данным СберИндекса, в 2020 году Калининградская область вошла в топ 10 регионов России по росту числа туристов в летний сезон, продемонстрировав прирост туристического потока на 59 % и заняв второе место в рейтинге. Калининградская область – один из самых привлекательных регионов России для туризма, так как он отделен от основной части России, имеет выход к Балтийскому морю. Здесь туристы могут насладиться прекрасной природой, посетить исторические музеи и памятники, отдохнуть на побережье моря. Область также известна своей развитой инфраструктурой, включающей отели, рестораны и различные развлечения [5].

Динамика туристического потока в Калининградскую область за 2019-2022 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика туристического потока в Калининградскую область за 2019–2022 гг.

Показатель	2019	2020	2021	2022	Абс. изм-е 2022 г. от 2021 г., +/-	Абс. изм-е 2022 г. от 2019 г., +/-
Количество туристов, тыс. чел.	1740	787,5	1925	1834	-91	+94

В 2020 г. в связи с пандемийными ограничениями наблюдался спад туристического потока на 952,5 тыс. чел. (или 54,5 %). Туристический поток в Калининградскую область по итогам 2022 г. составил чуть более 1,8 млн человек, что меньше 2019 г. на 5,4 %; возможно, это обусловлено политической ситуацией в мире.

Структура целей посещения туристами Калининградской области представлена на рисунке 2.

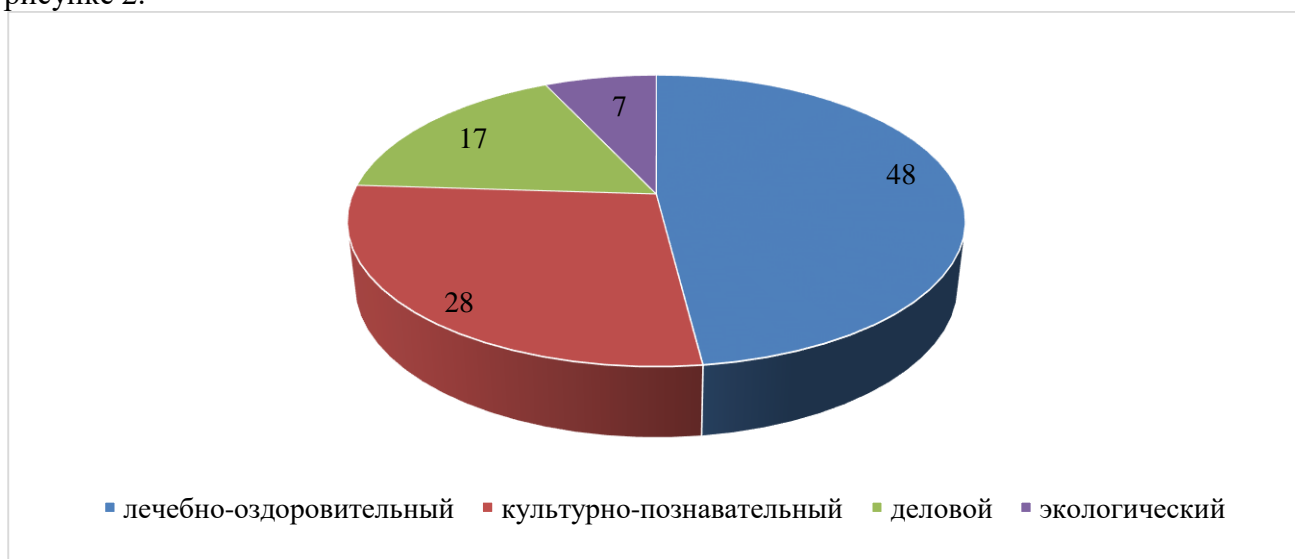


Рисунок 2 – Структура целей посещения туристами Калининградской области, %

В основу туристско-рекреационного потенциала Калининградской области заложено несколько факторов:

- 1) природно-ресурсный потенциал как база для развития лечебно-оздоровительного туризма и туризма на природе;
- 2) культурно-историческое наследие как основа развития культурно-познавательного туризма;
- 3) научно-производственный потенциал как база для развития бизнес- и конгресс-туризма;
- 4) туристско-рекреационная инфраструктура [6].

Калининградская область имеет привлекательность в сфере развития туризма – это доказывает проведенный инвестиционный анализ (рис. 3).

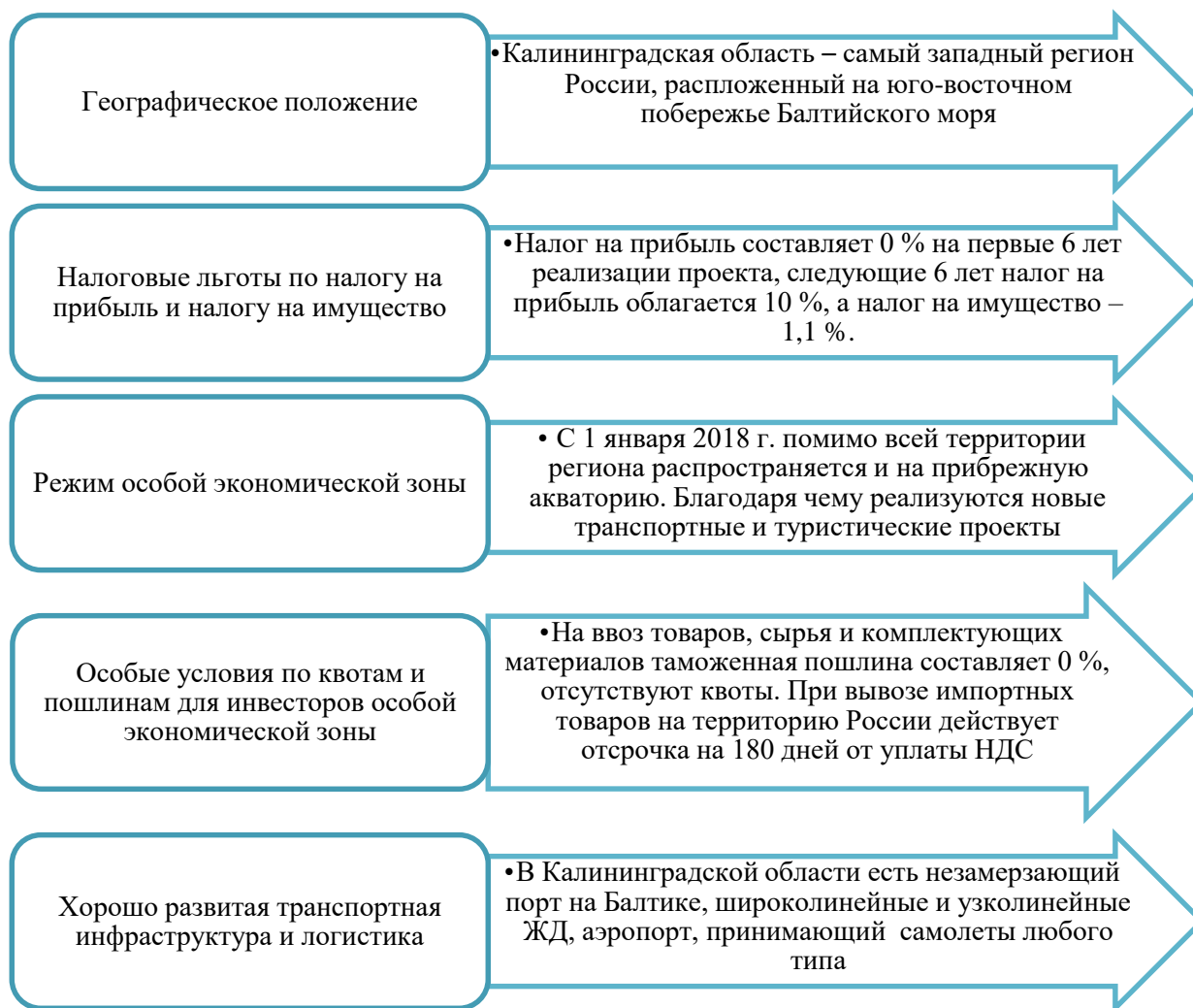


Рисунок 3 – Основные факторы инвестиционной привлекательности Калининградской области

Динамика финансовых вложений в сферу туризма за 2016–2021 гг. представлена на рисунке 4 [2].

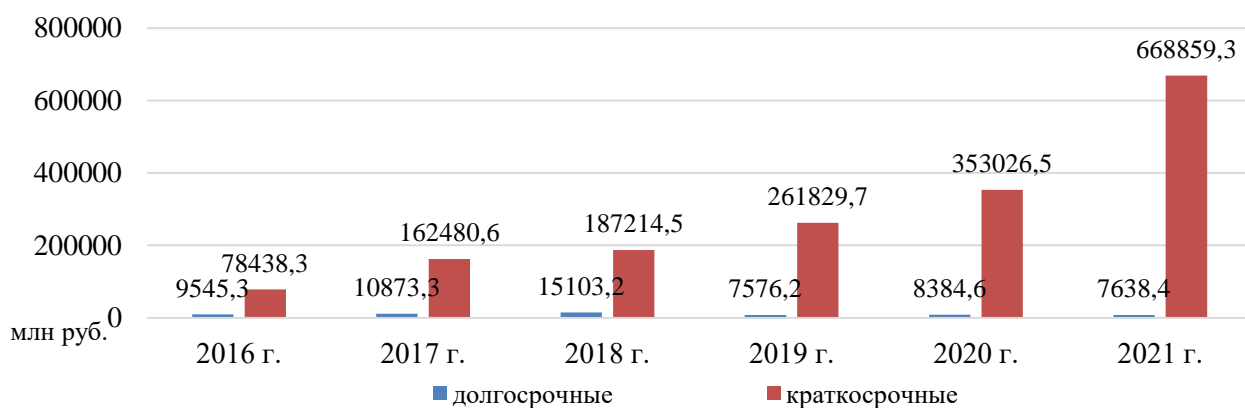


Рисунок 4 – Динамика финансовых вложений за 2016–2021 гг. [5]

Динамика финансовых вложений (рис. 4) за период с 2016 по 2018 г. связана с подготовкой ЧМ по футболу FIFA, которые были направлены на развитие инфраструктуры города. В 2021 г. краткосрочные финансовые вложения составили 668 859,3 млн руб. – максимальное значение за рассмотренный период [7].

Далее рассмотрим динамику инвестиций в финансовые активы в 2016–2021 гг. (рис. 5) [1].

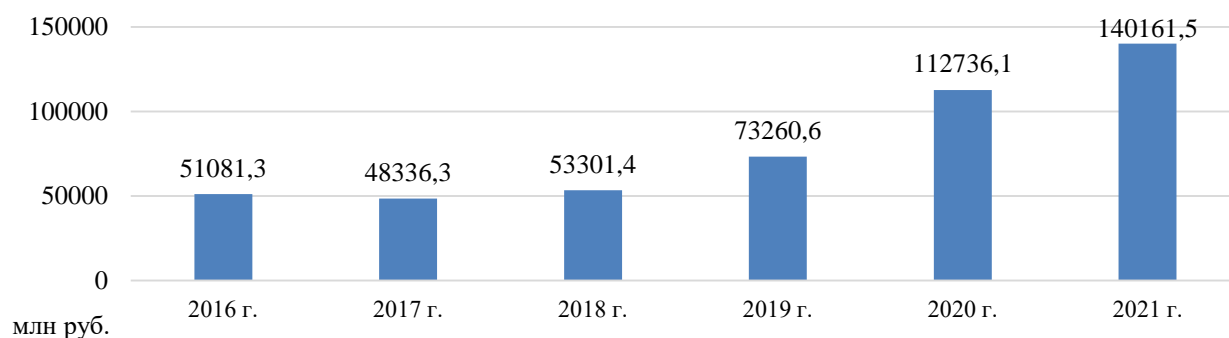


Рисунок 5 – Динамика инвестиций в финансовые активы, млн руб.

Согласно данным рисунка 5, динамика инвестиций в финансовые активы увеличивалась в 2018–2021 гг., максимальное значение составило 140 161,5 млн руб. (в 2021 г.).

На рисунке 6 представлена структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования [7].

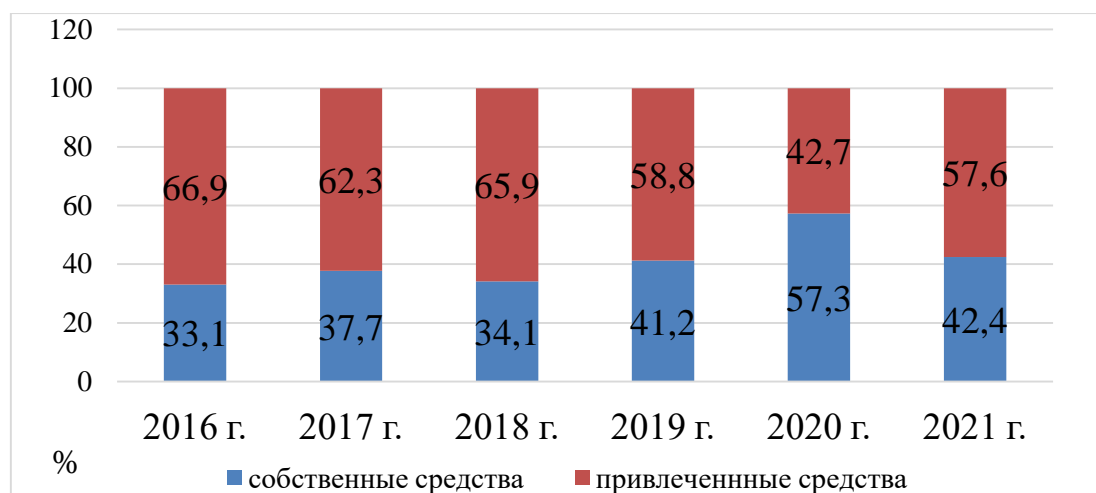


Рисунок 6 – Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования, %

В рассматриваемый период с 2016 по 2021 г. доля собственных и заемных средств изменяется в неравных пропорциях, но большую часть инвестиций в основной капитал составляют привлеченные средства. В 2020 г. доля привлеченных средств была ниже, чем собственный капитал. Соотношение в 2020 г. составило 57,3 % собственных и 42,7 % привлеченных средств. Однако в 2021 г. показатели упали, и доля привлеченных средств снова превысила собственные. В конце 2021 года Калининградская область вошла в ТОП-10 регионов России по инвестиционной привлекательности.

Проблемы развития туризма, конечно же, существуют. Во-первых, это удаленность от основной территории страны. На данный момент основной поток туристов прибывает в Калининградскую область на самолете. Во-вторых, небольшое количество направлений туризма, и эта проблема тоже немаловажна, поскольку, к примеру, в нашей области в перспективе мог бы пользоваться спросом сельский туризм, охотничий туризм и т. д. Но в настоящее время отсутствуют условия для туризма в восточной части области: города, удаленные от морского побережья и столицы области, совершенно не развиты; в восточной части есть много достопримечательностей, но, к сожалению, нет условий, чтобы остаться на несколько дней (отсутствуют гостиницы и транспортное сообщение) [8].

Государство всячески старается поддерживать развитие туристической отрасли в регионах. Существует федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры», входящий в состав национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» по 3-м направлениям, таким как: создание модульных некапитальных средств размещения (кемпингов и автокемпингов); развитие туристической инфраструктуры; развитие инфраструктуры туризма.

В Ростуризм поступила 231 заявка со всех субъектов страны. Заявки на конкурс для получения субсидии подавала и наша область, но не получила поддержку из-за небольшого количества набранных баллов, а именно не набрала минимального количества баллов.

Говоря о развитии туристической индустрии Калининградской области, стоит затронуть основные проблемы, которые на данный момент наблюдаются на территории региона.

В первую очередь выделим факторы, связанные с недостаточной эффективностью стратегии продвижения туристической отрасли. Во-первых, отсутствие разнообразия турпродуктов, которые могли бы заинтересовать потенциальных туристов, включая тех, кто хочет путешествовать в межсезонье. Во-вторых, наличие бренда региона как туристического направления, а также неясность в позиционировании его относительно конкурентов и целевых групп. В-третьих, может быть недостаточно развита информационно-коммуникационная среда на рынке туристических услуг (может распространяться как внутри

страны, так и за ее пределами). Последний фактор – это неиспользование всех доступных каналов продаж, что снижает туристический поток.

При анализе эффективности стратегии развития туризма в Калининградской области необходимо учитывать некоторые факторы, не связанные напрямую. К таким факторам относятся отсутствие доступных авиабилетов в туристический сезон, а также проблемы с транспортом; в частности железнодорожный транспорт временно не может быть доступен в полной мере из-за мировой политической ситуации. Другим фактором может быть недостаточное количество коллективных средств размещения (КСР) эконом-класса, также отсутствие базовой туристской инфраструктуры, необходимой для развития различных видов туризма. Неравномерность рекреационного освоения территории также может сказаться на эффективности маркетинговой стратегии. Кроме того, активная урбанизация в регионе может привести к значительной антропогенной нагрузке на природные ресурсы, что может плохо отразиться на развитии туризма в данном регионе. Успешная маркетинговая стратегия должна учитывать все эти факторы, чтобы получить наилучшие результаты.

Рассмотрим перспективы региона в туристической отрасли.

Одним из основных направлений является развитие туристических продуктов, выбранных как приоритетные виды туризма (экскурсионный, активный отдых, агро- и экологический туризм, оздоровительный и деловой туризм). Однако необходимо уделить внимание содействию увеличению сети посредников на рынках туристических услуг, таких как туроператоры и агентства, страховые и медицинские учреждения, профессиональные спортивные организации и другие.

Для увеличения эффективности традиционных инструментов продвижения необходимо креативно включать новые способы распространения информации о регионе. Такие методы могут заключать в себе блоггерство, специализированные туристические порталы и активное продвижение официального информационного портала, а также product-placement в кино, видеоиграх и продуктах питания.

В целом, дальнейшее развитие туризма в регионе зависит от успешной реализации всех вышеперечисленных мероприятий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, значение туризма в жизни Калининградского региона невозможно переоценить. В современных условиях туризм должен быть мощной индустрией, включающей в себя различные формы предпринимательства, которые активно развиваются в данный момент и способствуют увеличению туристического потока из основной части нашей страны.

Принимая во внимание необычный туристический потенциал рассматриваемого региона нашей страны, при правильном планировании и использовании имеющихся ресурсов, конкурентоспособных региональных туристических продуктов и услуг в будущем есть объективная возможность стать сильнее в этой отрасли, превывсив, таким образом, допандемийный уровень въездного и внутреннего туризма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Духовная, Л. Л. Тенденции, проблемы и перспективы развития туризма и гостеприимства в Калининградской области в период трансформации туристических потоков / Л. Л. Духовная, Е. Ю. Никольская, М. Е. Успенская // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – № 1. – С. 116–125.
2. Внутренний туризм // Международная ассоциация воздушного транспорта. – URL: <https://www.iata.org/> (дата обращения: 31.03.2023).
3. Туризм // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 25.03.2022).
4. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2022 // Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf (дата обращения: 23.03.2022).

5. Государственная программа Калининградской области «Туризм» // Министерство по культуре и туризму Калининградской области. – URL: <https://culture-tourism.gov39.ru/>.
6. Есенжулова, Л. С. Инвестиционная привлекательность Калининградской области / Л. С. Есенжулова // Экономика и бизнес: теория и практика. – Калининград : 2022. – С. 122–126.
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kaliningrad.gks.ru/> (дата обращения: 23.03.2022).
8. Боровик, Н. А. Культурно-исторический туризм Калининградской области: тренды, потенциал и проблемы развития / Н. А. Боровик // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2020. – С. 76–89.

DEVELOPMENT OF INTERNAL INCOMING TOURISM (ON THE EXAMPLE OF
THE KALININGRAD REGION)

D.A. Fomenko, student,

e-mail: fdasha20ek1@mail.ru

KaliningradStateTechnicalUniversity

M.V. Korotkaya, PhD in Economics, Associate Professor

e-mail: mariya.korotkaya@klgtu.ru

KaliningradStateTechnicalUniversity

The article is devoted to the study of domestic inbound tourism in the Kaliningrad region (based on the analysis of statistical data), the development of tourism trends in the Kaliningrad region. The purpose of this study is the attractiveness of domestic tourism in the Kaliningrad region. The article presents the problems and prospects of tourism in the north-western region of Russia. The author draws attention to the importance of studying and analyzing this area of activity.

Keywords: *tourism, Kaliningrad region, tourism development, domestic tourism*