УДК 338.48

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Козлов Д.А.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва, e-mail: bwave@yandex.ru

Разработаны прогнозы развития внутреннего туризма Российской Федерации. Снижение спроса на выездной туризм вследствие снижения реальных доходов населения, влияния политического и экономического кризиса в соответствии с моделью туристского спроса должно привести к росту внутреннего туризма как основного вида туризма, замещающего выездной. Однако, на протяжении последних лет этого не происходит. Построенные модели показателей свидетельствуют о дальнейшем снижении спроса на внутренний туризм.

Ключевые слова: экономика туризма, внутренний туризм, загрузка гостиниц, средняя цена, доход на номер, прогнозирование, роль туризма в экономике

FORECAST OF DEVELOPMENT OF RUSSIAN DOMESTIC TOURISM

Kozlov D.A.

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: bwave@yandex.ru

In article forecasts of Russian domestic tourism are developyd. Reducing the demand for outbound tourism because of decline in real incomes of the population, the impact of political and economic crisis in accordance with the model of tourism demand should lead to an increase in domestic tourism as the main type of substitution tourism. However, in recent years this does not happen. Built model parameters indicate a further decrease in demand for domestic tourism.

Keywords: economics of tourism, domestic tourism, occupancy rates, average price, revenue per available room, forecasting, the role of tourism in the economy

В последнее время в Российской Федерации наблюдается ряд негативных экономических и политических событий. Снижение покупательной способности населения, реальных доходов привели к резкому снижению спроса на выездной туризм. Как известно из модели туристского спроса, основным замещением для выездного туризма служит внутренний [2]. В соответствии с этим, объемы внутренних турпотоков должны расти, повышая результаты работы туристских предприятий [6]. В российской Федерации статистика внутреннего туризма отсутствует как таковая [1]. Государственные органы не в состоянии отслеживать показатели туристского спроса, к основным их которых относятся количество ночевок и туристские расходы. В этих условиях можно воспользоваться такими косвенными показателями как статистика загрузки гостиничного фонда, средняя цена за номер и средний доход от продажи номера[3]. Некоторые консалтинговые агентства, такие как STR Global, ведут соответствующую статистику, на основании которой и проведен анализ спроса на внутренний туризм РФ. Основной проблемой данного исследования выступает вопрос: станет ли внутренний туризм заменой выездному в ближайшем будущем?

Цель исследования

Целью данного исследования выступает количественный анализ туристского спроса на внутренний туризм в Российской Федерации и разработка прогноза его развития на ближайшее время.

Под туристским спросом понимается количество туристского продукта, которое турист желает приобрести в течении определенного периода времени при определенных условиях. туристский спрос должен быть подтвержден платежеспособностью населения [5].

По итогам 2015 г. спрос на внутренний туризм вырос всего на 10-15% (по данным ассоциации туроператоров России), а выездной – снизился на 40%. Фактически, такое положение уже свидетельствует о том, что россияне не желают отдыхать в России. В 2015 г. неудовлетворенный спрос на зарубежные поездки перекинулся на дачный отдых, а вовсе не на курорты РФ, как заверял Ростуризм. Гостиничные предприятия Черноморского побережья России уже заявили о намерении повысить цены на 30%, однако, по оценке специалистов отрасли, даже повышение на 15% приведет к стагнации внутреннего туризма. В противовес российским гостиничным компаниям, в ОАЭ, например, уже заявили о снижении стоимости на 30-40% в зимний период. Благодаря девальвации рубля, российские туристы оказались отрезанными от мира, а при условии дальнейшего ухудшения ситуации, внутренний туризм также окажется неэффективным.

Поскольку прямые показатели туристского спроса в РФ не собираются (или не публикуются), в данном исследовании использованы косвенные показатели спроса [4]. К ним относятся: а) коэффициент загрузки гостиничных предприятий, рассчитываемый как количество проданных за период номеров к имеющемуся в наличии; б) средняя цена на номер, рассчитываемая как выручка от реализации номерного фонда, деленная на объем проданных номеров за определенный период и в) средний доход на номер, рассчитываемый как выручка от реализации, деленная на общее количество номеров в наличии за определенный период.

Материалы и методы исследования

Исходные данные для моделирования внутреннего туризма РФ взяты из открытых источников (агентство STR Global). Анализируются временные ряды показателей загрузки гостиничных предприятий, средней цены и дохода. Загрузка измеряется в процентах, цена и доход – в рублях. Показатели ежемесячные. Период основания прогноза – 6 лет. Период упреждения прогноза – 24 месяца. Метод прогнозирования – анализ временных рядов. Наилучшие прогнозные модели определяются по результатам прохождения статистических тестов, среднеквадратичной ошибке и характеру автокорреляции остатков. В ходе анализа исследуются модели: наивные, простого сглаживания, экспоненциального сглаживания (по моделям Брауна, Хольта, Винтера), полиномиальные и ARIMA. Всего применены 16 моделей. Сезонность выступает одной из важнейших характеристик и проблем туристской отрасли. Сезонный эффект выявляется с помощью сезонной декомпозиции. Сезонные эффекты рассчитаны на основании аддитивной модели. Все расчеты проведены с применением статистического программного продукта Statgraphics Centurion.

Таблица 1

Индексы сезонности показателей туристского спроса РФ

Сезон	Индексы сезонности		
	Загрузка	Средняя цена	Доход на номер
1	– 17,4462	– 392,545	– 1058,16
2	– 4,64203	310,617	– 102,004
3	– 5,51536	44,3868	– 304,599
4	– 0,662865	38,5422	– 57,3797
5	1,8638	273,339	198,569
6	9,74734	1007,95	1176,04
7	5,67464	– 617,922	– 118,366
8	5,36797	– 874,229	– 115,452
9	10,0405	255,781	677,2
10	3,81464	48,8187	204,869
11	– 1,6287	– 46,4898	– 123,166
12	– 6,6137	– 48,2468	– 377,549

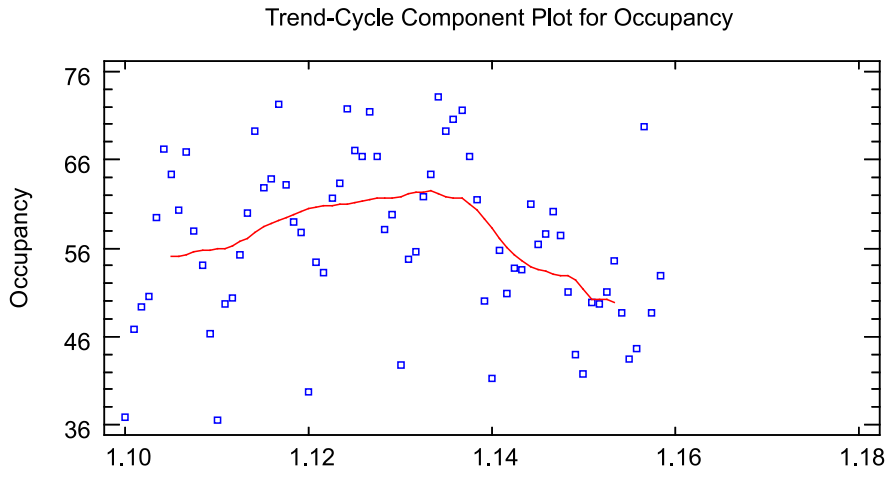

Рис. 1. Результаты сезонной декомпозиции показателя загрузки гостиниц РФ. Точками обозначены фактические значения, линией – тренд-цикл с изъятой сезонностью

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования получены следующие основные результаты. Сезонные колебания показателей спроса носят существенный характер (табл. 1).

Следует отметить, что самая высокая загрузка гостиничных предприятий РФ приходится на сентябрь (коэффициент загрузки на 10 единиц превышает среднегодовой), а самая низкая – на январь (несмотря на большое количество выходных дней в этом месяце). Показатели средней цены и дохода на номер ведут себя по другому: максимумы средней цены и дохода приходятся на июнь, а минимумы на август и январь соответственно. Тренд-цикл коэффициента загрузки гостиниц представлен на рис. 1.

Из рисунка видно, что до 2014 г. изменения показателя носили практически линейный характер, что облегчало задачи исследователя, поскольку имелась возможность применения простой линейной модели прогнозирования. Однако за последние два года характер изменился: основной тренд стал ниспадающим, а характер сезонности также претерпел изменения. Показатели средней цены и дохода ведут себя подобным образом. Характер тренд-цикла дает возможность утверждать, что при прогнозировании следует применять адаптивные методы прогнозирования, поскольку налицо изменение динамики на границе 2013–14 гг.

По результатам тестов прогнозных моделей для прогнозирования временных рядов выбраны: для показателя загрузки – ARIMA(2,0,1)x(2,1,2)12 с константой, для показателя средней цены – ARIMA(0,0,2) x(2,1,2)12, а для дохода на номер – ARIMA(1,0,1)x(2,1,2)12. Выбор основан на прохождении моделями тестов и отсутствии автокорреляции остатков. При равных результатах этих тестов учитывался показатель среднеквадратичного отклонения ошибки прогноза.

Прогноз показателей представлен в табл. 2, а для коэффициента загрузки и средней цены приведены графики прогнозов (рис. 2 и 3).

Таблица 2

Прогноз показателей туристского спроса РФ

Период	Загрузка, %			Средняя цена, руб.			Доход на номер, руб.		
	Прогноз	Нижний 95,0% интервал	Верхний 95,0% интервал	Прогноз	Нижний 95,0% интервал	Верхний 95,0% интервал	Прогноз	Нижний 95,0% интервал	Верхний 95,0% интервал
12.15	41,68	34,41	48,95	4738	4225	5252	1685	1134	2235
1.16	37,46	29,73	45,18	4418	3898	4937	1927	1352	2502
2.16	43,42	35,17	51,67	5072	4547	5597	2419	1821	3017
3.16	48,39	40,13	56,65	4827	4302	5352	2113	1494	2731
4.16	49,86	41,49	58,22	4899	4374	5424	2148	1510	2786
5.16	57,81	49,44	66,17	4893	4369	5418	2419	1764	3075
6.16	58,00	49,61	66,39	5966	5442	6491	1013	341	1686
7.16	54,59	46,19	62,98	4324	3799	4848	815	127	1503
8.16	52,48	44,07	60,88	4081	3557	4606	3439	2736	4141
9.16	69,57	61,16	77,98	5594	5069	6119	3093	2376	3810
10.16	52,85	44,43	61,26	4795	4271	5320	1542	813	2272
11.16	52,83	44,42	61,25	4800	4275	5325	1886	1144	2628
12.16	46,37	37,73	55,01	4760	4223	5297	1366	444	2288
1.17	32,68	24,03	41,34	4253	3715	4791	2333	1377	3289
2.17	44,83	36,14	53,53	5251	4713	5788	2087	1099	3075
3.17	46,99	38,29	55,68	4928	4390	5466	2104	1086	3121
4.17	52,60	43,90	61,30	4777	4239	5314	2245	1200	3290
5.17	57,86	49,16	66,57	5305	4767	5843	2429	1358	3499
6.17	69,18	60,47	77,89	5702	5165	6240	– 148	– 1243	945
7.17	65,33	56,62	74,04	4108	3570	4646	93	– 1023	1210
8.17	63,86	55,15	72,57	3851	3313	4389	4263	3125	5401
9.17	64,61	55,90	73,32	4594	4057	5132	4564	3406	5722
10.17	60,25	51,54	68,96	4795	4258	5333	913	– 263	2090
11.17	52,48	43,76	61,19	4470	3932	5008	2205	1011	3400

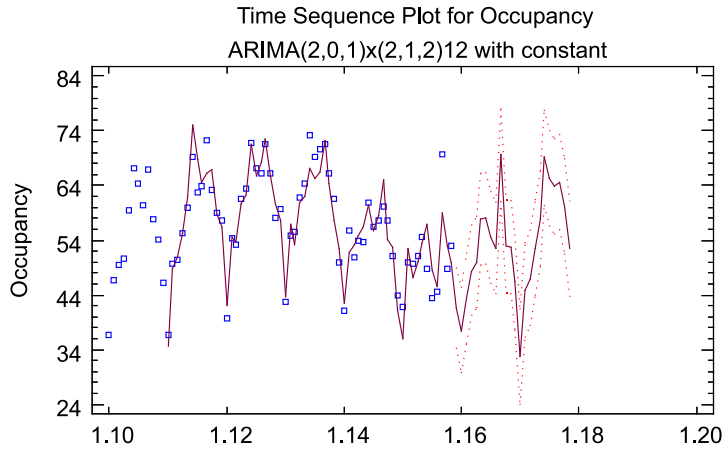

Рис. 2. Прогноз коэффициента загрузки. Точками обозначены фактические значения, сплошной линией – результаты прогнозной модели, пунктирной линией – верхний и нижний доверительные интервалы

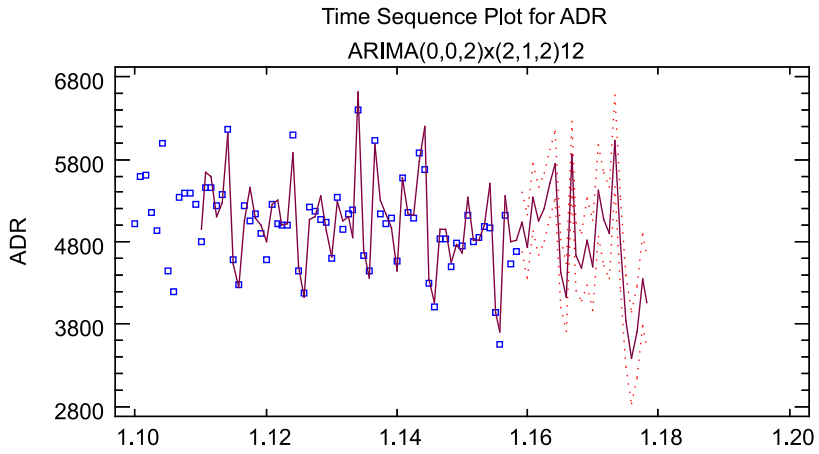

Рис. 3. Прогноз средней цены за номер. Точками обозначены фактические значения, сплошной линией – результаты прогнозной модели, пунктирной линией – верхний и нижний доверительные интервалы

Из результатов построения прогнозных моделей показателей видно, что загрузка гостиничных предприятий может вернуться на уровень 2010 г., а вот средняя цена за номер продолжит небольшое снижение. Другими словами, туристский спрос действительно немного возрастет в пределах, обозначенных экспертами российской туристской индустрии, но это может быть поддержано только коррекцией цен в соответствии с изменением покупательной способности россиян. К негативному эффекту можно отнести то, что цены на курортные услуги возрастут, что приведет к необходимости прочих предприятий существенно снижать цены в целях поддержания конкурентоспособности. Такое положение приведет к существенному снижению доходности предприятий туристской отрасли. Так опасения вызывают отрицательные значения показателя дохода на гостиничный номер. Фактически, такой прогноз свидетельствует о срочной необходимости пересмотра стратегий ценообразования туристских предприятий, необходимости изучения ценовой эластичности спроса с учетом сложившейся сложной экономической ситуации, а также необходимости внедрения новых моделей управления, включая методики управления доходами.

Заключение

Российская Федерация имеет достаточный потенциал для роста внутреннего

туризма. К сожалению, привлекательность внутреннего туризма существенно уступает поездкам в мировые дестинации. Расширение и модернизация материально-технической базы туризма требует существенных инвестиций, однако, в настоящее время, таковой рост невозможен. Кроме того, улучшение свойств турпродукта приведет к увеличению его стоимости, что приведет к дальнейшему снижению спроса.

Результаты прогноза основных показателей свидетельствуют о сложном, комплексном поведении переменных. Основной итог проведенного анализа: рост спроса на внутренний туризм ожидается, однако его темпы не носят оптимистичного характера. Показатели эффективности функционирования предприятий туристской отрасли наоборот снизятся. В этих условиях необходимы новые стратегии управления и меры по поддержанию внутреннего российского туризма.

Список литературы

1. Козлов Д.А. Оценка влияния туризма на экономику страны // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2015. – С. 200–203.

2. Козлов Д.А. Прогнозирование в индустрии гостеприимства и его совершенствование в условиях перехода к рыночной экономике. Автореф. дисс. канд. экон. наук. – Москва, 2000. – 179 с.

3. Козлов Д.А. Современные индикаторы развития туризма // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2015. – С. 198–200.

4. Кошелева А.И. Направления модернизации индустрии гостеприимства и туризма в РФ // В сборнике: Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: теория и практика. Сборник материалов международной научной конференции. – Киров, 2014. – С. 179–182.

5. Кульгачев И.П. Статистика туризма в российских научных изысканиях: историография вопроса // Наука и образование: проблемы, идеи, инновации. – 2015. – № 1 (1). – С. 71–83.

6. Попов Л.А. Анализ временных рядов и прогнозирование. – М.: Изд-во Российской экономической академии, 2005.