

Панягина Ася Евгеньевна,

кандидат экономических наук, заведующая кафедрой экономики Муромского института (филиала) ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Муром
a_panyagina@mail.ru



Терентьева Ирина Викторовна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Муромского института (филиала) ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Муром
terentieva-murom@yandex.ru

Расстояние от Санкт-Петербурга до Москвы: сравнительная оценка показателей индустрии туризма

Аннотация. В статье предлагается использование метода расстояний для объективной сравнительной оценки показателей, характеризующих состояние индустрии туризма в регионах. Для более полной характеристики расчеты дополняются элементами корреляционно-регрессионного анализа.

Ключевые слова: индустрия туризма, межрегиональные сравнения, метод расстояний.

Раздел: (04) экономика.

Изучение научных статей по проблемам индустрии туризма позволило сделать вывод об актуальности совершенствования методических подходов к её оценке. Их разработка затруднена по ряду причин. Туристская отрасль является сложным диверсифицированным комплексом, представляет собой, по сути, относительно самостоятельную экономическую систему, охватывающую как привлекательные для туристов объекты разной социально-экономической и физической природы, так и сеть взаимодействующих организаций – туристских фирм, транспортно-логистических компаний, учреждений культуры, искусства, спорта, гостиничного и ресторанного бизнеса. Разнородность составляющих туристской сферы обуславливает трудности интеграции показателей, характеризующих её в системе, что приводит к невозможности их группировки в отраслевом разрезе, представления в формате самостоятельного вида экономической деятельности.

Круг статистических показателей оценки туристской деятельности ограничен, причем имеющиеся данные часто нуждаются в дополнительной «очистке». В частности, показатели туристского потока регистрируются в рамках двух группировок: по численности гостей, остановившихся в коллективных средствах размещения, и по числу въездных и выездных перемещений. Для этих целей могут также использоваться данные о пассажирских прибытиях. Однако ни статистика размещений, ни статистика прибытий не дают точной оценки из-за большого числа нерегистрируемых перемещений внутри страны и сложностей в классификации поездок по целям. Ю. Кислова и А. Казунина подчеркивают, что статистические показатели, позволяющие оценивать объем туристского потока на территорию региона без дополнительных обследований, отсутствуют, а выборочные социологические обследования сопряжены с высокими затратами и трудоемки [1].

Предприятия, входящие в состав туристской инфраструктуры, многофункциональны, а задача мониторинга потока клиентов для целей статистики туризма ставится, как правило, для организаций, относящихся к коллективным средствам размещения (КСР), туристских и экскурсионных фирм, санаторно-курортных комплексов. Транспортные организации, учреждения сферы культуры и искусства, спорта, шоу-бизнеса могут проводить только инициативные выборочные исследования. Это затрудняет оценку не только количества туристов, но и экономических результатов функционирования отрасли, её влияния на занятость и доход региона.

Исследование показателей туристской деятельности может строиться на использовании экспертных методов, данных опросов, анкетирования, готовых результатов рейтингов, формируемых специализированными агентствами. Учитывая специфику индустрии туризма, её направленность на формирование впечатлений, такие источники информации следует признать необходимыми и очень важными. Однако нельзя отказываться и от объективных оценок, для проведения которых можно предложить, в частности, методы корреляционного анализа, эталонной динамики и нормирования.

Для апробации возможностей применения простых приемов обработки данных с помощью этих методов авторами проведена сравнительная оценка показателей индустрии туризма в отдельных регионах. Выбор объектов сравнения определил вывод, сделанный И. А. Сусловой в процессе исследования подходов к формированию туристского имиджа региона: «...темпы развития туризма на территории региона в значительной мере зависят от состояния туристского имиджа. Так, несмотря на огромный объем выполненных работ по восстановлению архитектурно-исторических зданий и комплексов, Москва по-прежнему по популярности у отечественных и зарубежных туристов уступает Санкт-Петербургу, а ценителей исторического прошлого России чаще всего привлекают туристские маршруты “Золотого кольца России”» [2]. В связи с этим была поставлена задача сравнения показателей областей, входящих в «Золотое кольцо России», с Москвой и Санкт-Петербургом.

Позиции Москвы, Санкт-Петербурга и Московской области в рейтингах, как правило, несопоставимы с положением остальных регионов страны. Разрыв в социально-экономических показателях часто так высок, что это затрудняет графическое отражение информации. В результате в ряде случаев сравнительные данные по регионам показывают «без Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга».

Мы попытались решить задачу сравнительной оценки с помощью метода расстояний, который предполагает формирование системы показателей, характеризующих объекты по тем или иным признакам, расчет их фактических значений, стандартизацию и ранжирование по степени близости к эталону, в качестве которого рассматривается условный объект, наилучший по всем критериям. Для обеспечения сопоставимости данных в систему включаются относительные величины (в нашем случае использованы средние значения на душу населения), а итоговый интегральный показатель дает количественную оценку расстояния до эталона.

Отбор показателей целесообразно проводить по критерию максимума (наибольшее значение является наилучшим) либо применять пересчет в обратную величину. После расчета фактических значений формируется матрица a_{ij} , где i – номер показателя, j – номер соответствующего объекта. В матрицу вводится условный столбец «эталон», куда выносятся $\max a_{ij}$. Затем показатели стандартизуются, формируется матрица x_{ij} , каждый элемент которой рассчитывается по формуле:

$$x_{ij} = a_{ij} / \max a_{ij}$$

Для сравнения объектов определяется интегральный показатель, R_j :

$$R_j = \sqrt[n]{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 \dots + (1 - x_{nj})^2}$$

У эталона значение интегрального показателя равно нулю, наиболее близким является объект с минимальным R_j . Ранжирование проводится в порядке возрастания R_j .

Источником информации для сравнительной оценки послужили данные статистики, размещенные на официальном сайте Ростуризма [3] и Росстата [4]:

- численность российских граждан, размещенных в коллективных средствах размещения (КСР), тыс. чел.;
- численность иностранных граждан, размещенных в КСР, тыс. чел.;
- численность работников КСР, тыс. чел.;
- численность работников турфирм, чел.;
- число посещений музеев, чел.;
- численность зрителей театров, чел.;
- объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, млн руб.;
- объем платных туристских услуг, млн руб.

Конечно, этот перечень далеко не исчерпывает широкого спектра показателей, характеризующих развитие сферы туризма, однако дает возможность провести экспресс-оценку по основным индикаторам, отражающим объемы туристского потока, влияние на занятость и доход региона.

Анализ сравнительных позиций регионов был проведен за период 2009–2013 гг. (к сожалению, данные Росстата о количестве посещений театров и музеев за 2014 г. отсутствуют). В табл. 1 и 2 представлены данные за 2013 г., в табл. 3 отражена динамика рейтингового показателя за весь период.

Таблица 1

**Расчетные значения показателей сравнительной оценки
(средние значения на душу населения региона)**

Показатели	Области						Мос- ква	Санкт- Петер- бург	Эта- лон
	Вла- ди- мир- ская	Ива- нов- ская	Ко- стро мская	Мос- ков- ская	Твер- ская	Яро- слав- ская			
Численность российских граждан, размещенных в КСР	0,25	0,18	0,28	0,36	0,21	0,30	0,29	0,35	0,36
Численность иностранных граждан, размещенных в КСР	0,02	0,005	0,011	0,024	0,007	0,017	0,15	0,20	0,20
Численность работников КСР	0,002	0,002	0,002	0,004	0,003	0,003	0,002	0,003	0,004
Численность работников турфирм	0,0004	0,0005	0,0003	0,0002	0,0003	0,0004	0,0006	0,001	0,001
Число посещений музеев	1,178	0,423	0,647	0,413	0,342	1,608	1,440	4,452	4,452
Численность зрителей театров	0,121	0,252	0,298	0,110	0,204	0,246	0,627	0,655	0,655
Объем платных услуг КСР	1,04	0,38	0,60	0,95	0,85	0,67	3,27	2,50	3,27
Объем платных туристских услуг	0,90	0,50	0,72	0,96	0,56	0,42	2,27	1,81	2,27

Таблица 2

Стандартизованные значения показателей рейтинговой оценки

Показатели	Области						Москва	Санкт-Петербург	Эталон
	Владимирская	Ивановская	Костромская	Московская	Тверская	Ярославская			
Численность российских граждан, размещенных в КСР	0,70	0,48	0,78	1,00	0,59	0,83	0,81	0,97	1
Численность иностранных граждан, размещенных в КСР	0,10	0,03	0,05	0,12	0,03	0,09	0,74	1,00	1
Численность работников КСР	0,50	0,68	0,63	1,00	0,91	0,84	0,59	0,75	1
Численность работников турфирм	0,37	0,41	0,24	0,22	0,26	0,34	0,55	1,00	1
Число посещений музеев	0,26	0,10	0,15	0,09	0,08	0,36	0,32	1,00	1
Численность зрителей театров	0,18	0,38	0,45	0,17	0,31	0,38	0,96	1,00	1
Объем платных услуг КСР	0,32	0,12	0,18	0,29	0,26	0,21	1,00	0,77	1
Объем платных туристских услуг	0,40	0,22	0,32	0,42	0,25	0,18	1,00	0,80	1
Интегральный показатель, R_i	1,172	1,198	1,182	1,179	1,193	1,166	0,991	0,794	0
Ранг	4	8	6	5	7	3	2	1	–

Таблица 3

Динамика рейтингового показателя

Год	Области						Москва	Санкт-Петербург
	Владимирская	Ивановская	Костромская	Московская	Тверская	Ярославская		
2009	1,165	1,190	1,178	1,181	1,187	1,152	0,979	0,817
2010	1,159	1,188	1,179	1,186	1,189	1,145	0,967	0,845
2011	1,158	1,187	1,176	1,186	1,197	1,156	0,982	0,744
2012	1,172	1,198	1,182	1,179	1,193	1,166	0,991	0,794

Лидерство Санкт-Петербурга не вызывает сомнений, значение интегрального показателя является наиболее близким к эталону на протяжении всего периода, но «расстояние» между Санкт-Петербургом и Москвой минимально. Определяющим фактором здесь мог послужить и уровень московских цен – при формировании столбца «эталон» в него включены среднестатистические стоимостные объемы платных туристских

услуг и услуг гостиниц Москвы, тогда как по большинству других строк лучшими были показатели Санкт-Петербурга.

Несмотря на популярность туристского бренда, «Золотое кольцо России» уступает Москве, но следует заметить, что отрыв от неё и от эталона не так велик. Области Центральной России демонстрируют высокие значения рангов. Величина интегрального показателя, немногим превышающая единицу, свидетельствует о значительной близости к эталону, при неудовлетворительных результатах сравнения он составляет 3–4 и выше. Необходимо заметить, что при оценке по абсолютным показателям рейтинг оказался бы принципиально другим из-за разных масштабов сравниваемых объектов.

Поскольку ряд показателей, характеризующих состояние туристской отрасли, трудно оценить с достаточной точностью, целесообразно дополнить расчеты элементами корреляционного анализа. Корреляционная матрица, составленная для Санкт-Петербурга, подтверждает вывод, сделанный выше. Теснота связи между показателями, характеризующими туристские потоки, посещение музеев, театров и доходы региона от оказания туристских услуг, в преобладающем большинстве случаев оценивается как высокая и очень высокая (рис. 1). В Москве отмечается большее число нарушений между показателями, связь которых должна быть высока. Это отчасти объяснимо различиями в целях поездок, преобладанием делового туризма над экскурсионным, развитием систем онлайн-бронирования и резервирования.

	Санкт-Петербург							Москва						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1. Численность российских граждан, размещенных в КСР	1							1						
2. Численность иностранных граждан, размещенных в КСР	0,79	1						0,99	1					
3. Численность работников турфирм, человек	0,12	0,52	1					-0,79	-0,76	1				
4. Число посещений музеев на 1000 человек населения	0,91	0,94	0,86	1				0,93	0,95	-0,83	1			
5. Численность зрителей театров на 1000 человек населения	0,83	0,94	0,85	0,98	1			0,89	0,90	-0,89	0,97	1		
6. Объем платных услуг КСР	0,88	0,73	0,21	0,98	0,98	1		0,91	0,93	-0,81	0,93	0,97	1	
7. Объем платных туристских услуг	0,94	0,84	0,37	0,89	0,84	0,81	1	0,67	0,75	-0,47	0,88	0,83	0,86	1

Рис. 1. Корреляционные матрицы для Санкт-Петербурга и Москвы

В рейтинге, составленном по методу расстояний, пятое место заняла Московская область, шестое – Костромская область. И для этих областей корреляционные матрицы в целом подтверждают правильность сделанных выводов. Связь показателей слабее, особенно для Костромской области (см. рис. 2). Очевидно, что по популярности у иностранных туристов Московская и Костромская области уступают столичным городам. Результаты деятельности туристских фирм и влияние туризма на региональные показатели в целом более высоки в Московской области.

	Московская область							Костромская область						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1. Численность российских граждан, размещенных в КСР	1							1						
2. Численность иностранных граждан, размещенных в КСР	0,55	1						0,06	1					
3. Численность работников турфирм, человек	0,77	-0,04	1					0,59	-0,34	1				
4. Число посещений музеев на 1000 человек населения	0,68	0,96	-0,02	1				0,68	0,70	0,16	1			
5. Численность зрителей театров на 1000 человек населения	0,97	0,71	0,63	0,76	1			0,62	0,75	-0,24	0,82	1		
6. Объем платных услуг КСР	0,90	0,57	0,67	0,76	0,92	1		0,37	0,91	-0,32	0,86	0,97	1	
7. Объем платных туристских услуг	0,89	0,16	0,91	0,28	0,73	0,71	1	0,24	0,69	-0,61	0,60	0,94	0,88	1

Рис. 2. Корреляционные матрицы для Московской и Костромской области

Представленные расчеты дают оценку только отдельных индикаторов и не претендуют на детальное изучение индустрии туризма в рассмотренных регионах. Тем не менее они позволяют сделать основные выводы о её влиянии на региональные показатели и демонстрируют возможности нивелирования высокой дифференциации в масштабах деятельности при межрегиональных сравнениях. Авторы надеются, что рассмотренный инструментарий может быть полезен в практике исследования развития туризма в регионах России.

Ссылки на источники

1. Кислова Ю., Казунина А. Анализ объемов и структуры туристских потоков на территорию региона // Логистика. – 2015. – № 7(104). – С. 12–23.
2. Суслова И. А. Подходы к формированию туристского имиджа региона // Сервис в России и за рубежом. – 2012. – № 6(33). – С. 101–107.
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ. – URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/>
4. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2014. – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_14p/Main.htm.

Asya Panyagina,

Candidate of Economic Sciences, Head of the chair of Enterprise's Economy, Murom Institute, branch of Vladimir State University of A. and N. Stoletovy, Murom

a_panyagina@mail.ru

Irina Terentyeva,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the chair of Enterprise's Economy, Murom Institute, branch of Vladimir State University of A. and N. Stoletovy, Murom

terentyeva-murom@yandex.ru

Distance from Saint Petersburg to Moscow: comparative estimation of indexes of tourism industry

Abstract. The paper deals with the method of distances for the objective comparative estimation of indexes, characterizing the state of tourism industry in regions. To give more complete description the authors complement calculations with the elements of cross-correlation-regressive analysis.

Keywords: tourism industry, interregional comparisons, method of distances.

References

1. Kislova, Ju. & Kazunina, A. (2015). "Analiz ob'emov i struktury turistskih potokov na territoriju regiona", *Logistika*, № 7(104), pp. 12–23 (in Russian).
2. Suslova, I. A. (2012). "Podhody k formirovaniyu turistskogo imidzha regiona", *Servis v Rossii i za rubezhom*, № 6(33), pp. 101–107 (in Russian).

3. *Official'nyj sayt Federal'nogo agentstva po turizmu RF*. Available at: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/> (in Russian).
4. *Regiony Rossii. Social'no-jekonomicheskie pokazateli* – 2014. Available at: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_14p/Main.htm (in Russian).

Рекомендовано к публикации:

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
 главным редактором журнала «Концепт»



www.e-koncept.ru

Поступила в редакцию <i>Received</i>	02.10.15	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	06.10.15
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	06.10.15	Опубликована <i>Published</i>	28.11.15

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2015

© Панягина А. Е., Терентьева И. В., 2015