

УДК 796.5 (470)

ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ОБЛАСТЯХ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА¹

А.А. Дорофеев, Н.В. Лялина

Тверской государственной университет, Тверь

Приведен целый ряд показателей, характеризующих развитие туризма в областях Центрального Федерального округа. Рассчитан комплексный индекс уровня развития туризма в областях ЦФО. Результаты показаны в виде таблицы и графиков.

Ключевые слова: уровень развития туризма, Центральный Федеральный округ, туристский поток, показатели развития туризма.

Одной из ключевых задач, стоящих перед управленцами туристской отрасли, является выбор точных и объективных показателей, всесторонне характеризующих уровень развития туризма в подведомственном регионе. Подобная информация нужна также и туристскому бизнесу: инвесторам и всем субъектам туристского рынка. Опираясь на достоверную информационную базу, можно реально оценить проделанную работу и принять обоснованное решение по повышению эффективности деятельности. Достигнутые показатели являются основой для прогнозирования развития отдельных секторов туристской индустрии и для продвижения туристского продукта, а также дают возможность сравнения с другими регионами. Наконец, конкретные оценки уровня развития туризма могут использоваться в рекламных целях, для позиционирования территории на внутреннем туристском рынке и для создания туристского имиджа региона.

В тоже время состояние туристской статистики далеко от идеала. Достаточно четко обозначаются две основные проблемы. Первая связана с оценкой роли туризма в экономике страны и ее отдельных регионов, вторая касается мониторинга туристского рынка с целью определения внутренних и межрегиональных туристских потоков. В России существуют лишь экспертные оценки роли туризма в экономике. Специалисты, занимающиеся вопросами анализа сферы внутреннего туризма, как правило, рассматривают роль и место внутреннего туризма в экономике страны и регионов, используя в основном описательный метод, редко применяют системный подход, не давая комплексной оценки. Отсутствуют общепринятые показатели уровня развития туризма в регио-

¹ Публикация подготовлена в рамках работы по программе «Научные и педагогические кадры инновационной России на 2009 – 2013 годы». Мероприятие 1.2.2. Госконтракт 31100_NK-607P.

нах, с помощью которых можно было бы сравнить регионы, выявляя явных лидеров и аутсайдеров. Внутренние туристские потоки в целом по России и в субъектах РФ определяются разными методами, которые не дают достоверной и сравнимой картины [1, 2].

С целью преодоления этой ситуации Ростуризм был разработан и направлен в субъекты Российской Федерации «Порядок определения внутреннего туристского потока», утвержденный Приказом Ростуризма № 69 от 18 июля 2007 г. [5]. Однако результаты реализации этого, несомненно, полезного решения еще не дошли до научной общественности.

В связи со сказанным нами предложен набор показателей, которые при их совместном (системном) использовании могли бы достаточно точно отражать уровень развития туризма в том или ином регионе.

Показатели уровня развития туризма могут быть представлены тремя группами:

- экономические показатели уровня развития туризма;
- инфраструктурные показатели уровня развития туризма;
- социальные показатели уровня развития туризма.

К группе **экономических показателей** следует отнести несколько важных финансовых характеристик, традиционно используемых в экономических и экономико-географических исследованиях. К их числу, прежде всего, относятся: доход от туризма в регионе, доля дохода туризма в ВВП региона, суммарная величина инвестиций из разных источников в туристскую отрасль, среднедушевые затраты жителя региона на туристские услуги в течение года.

Инфраструктурную составляющую можно характеризовать с помощью следующих показателей:

- общее количество средств размещения туристов в регионе. При этом желательно также располагать сведениями о соотношении специализированных средств размещения и средств размещения гостиничного типа;
- номерной фонд и количество койко-мест в имеющихся средствах размещения;
- количество туристско-экскурсионных организаций в регионе, в том числе имеющих статус туроператора;
- количество музеев, выставочных павильонов, архитектурно-этнографических комплексов и др.

Группу **социальных показателей** составляют данные:

- величина въездного туристского потока в регион;
- величина внутреннего туристского потока в регионе;
- общее количество экскурсантов в регионе;
- общее количество людей, работающих в сфере туризма в регионе.

В ходе анализа должны использоваться не только абсолютные характеристики каждого из ниже перечисленных показателей, но также их значения, рассчитанные с учетом численности населения в регионе и его площади.

Одновременно предлагается простой метод, с помощью которого на основе предложенных показателей можно рассчитывать комплексный индекс развития туризма в регионах. Если изучаемых регионов несколько и необходимо сравнить их по уровню развития туризма, то можно произвести суммирование мест, занимаемых регионом по каждому из двенадцати используемых для анализа показателей. В результате получится комплексный безразмерный индекс – чем меньше величина индекса, тем более высокую позицию занимает регион по развитию туризма среди всех изучаемых регионов. Как нам кажется, такой прием достаточно просто, но объективно отражает успехи конкретного региона в сфере туристской деятельности. Данный подход использован нами на материалах, собранных по всем субъектам Российской Федерации, входящим в Центральный Федеральный округ.

В настоящей статье вышеназванные показатели использованы лишь частично. В тоже время привлечены некоторые другие показатели, объективную информацию по которым удалось найти в разных источниках. Для анализа привлекались показатели, количественно характеризующие те или иные аспекты туристского процесса и отражающие успехи, достигнутые областями ЦФО в данном направлении. При этом в ходе исследования использованы официальные данные, полученные из достоверных источников. При изучении состояния туристской отрасли в областях ЦФО привлечены материалы Федеральной службы государственной статистики, показывающие достижения областей в 2009 г. Анализируемые показатели приведены в таблице. В таблицу также включены данные о количестве туристских центров в областях ЦФО, взятые из статьи А.И.Зорина «Туристские центры и местности России» и данные об общем количестве туристов в изучаемых регионах [3, 4]. В исследовании не рассматривался самостоятельный субъект РФ г. Москва, вследствие того, что этот регион резко отличается по всем своим параметрам от анализируемых регионов.

Следует признать, что по многим сходным позициям материалы руководящего органа статистики и данные, представленные комитетами по туризму соответствующих областей, имеют расхождения. Еще большее несовпадение наблюдается между официальными статистическими показателями и количественными характеристиками, собранными в сети Интернет и в доступных научных публикациях. В данном исследовании причины подобных расхождений не изучались, а в процессе анализа и для построения диаграмм использовались только сравнимые показатели, взятые из одного источника.

Для решения исследовательской задачи был применены методы ранжирования и метод столбчатых диаграмм сравнения – для сопоставления достижений различных областей ЦФО. Диаграммы были построены по всем показателям в трех различных вариантах:

- по абсолютным показателям;
- по отношению каждого из показателей к площади области;
- по отношению каждого из показателей к общей численности населения области.

В первом случае, успехи, достигнутые областями, отражались в реальных абсолютных показателях и сразу демонстрировали положение того или иного Субъекта Федерации среди других административных образований. Однако, поскольку области ЦФО отличаются друг от друга по размерам и по количеству населения, то было весьма интересно сравнить достигнутые результаты в отношении этих параметров. В этом случае иногда проявлялись иные закономерности. Ниже, в качестве примеров приведены диаграммы, построенные по абсолютным и относительным величинам, для некоторых изученных показателей.

Средства размещения туристов, количество койко-мест и доходы, получаемые от размещения туристов. Средства размещения составляют важнейшую часть рекреационных (туристских) ресурсов в любом регионе. В значительной степени именно совокупность и качество средств размещения определяют уровень развития туризма и его перспективы.

Согласно собранным данным, в Центральном Федеральном округе имеется 1525 коллективных средств размещения туристов, в которых имеется в общей сложности 194586 койко-мест. Из них 858 объектов относятся к категории средств размещения гостиничного типа. Вместе они обладают 63156 койко-местами. Остальные средства размещения (667 ед.) являются специализированными объектами, то есть в них кроме услуги по размещению приезжим оказывают и другие туристские услуги (лечение, оздоровление, организация туристских походов, экскурсий и др.). Специализированные средства размещения имеют количество мест в два раза превышающее количество мест в гостиничных объектах (131430 ед.).

Основные показатели развития туристской отрасли в областях ЦФО за 2009 г. (по данным Федеральной службы государственной статистики и материалам Интернет)

Области ЦФО	Количество музеев	Количество посетителей музеев, тыс. чел. в год	Число мест (коек) в максимуме в месяц	Среднесуточная численность работников сферы туризма, чел	Доходы от размещения коллективных средств размещения турист, тыс. руб.	Количество туристов-течение года, чел	Общее количество средств размещения туристов, ед. (в Интернет)	Кол-во туристических центров в области
Белгородская область	25	539	6069	2202	725513	158400	64 (79)	14 (4)
Брянская область	21	714	5485	1835	470091	400000	57(57)	18 (1)
Владимирская область	14	1808	13606	3479	1091936	1600000	110(110)	21 (2)
Воронежская область	16	408	11898	4668	1018018	78000	111(235)	10 (3)
Ивановская область	19	464	5834	2557	673707	935000	54(54)	22 (5)
Калужская область	28	426	7589	2312	662480	635980	63(63)	17 (5)
Костромская область	30	268	5774	2046	696296	500000	79(79)	19 (3)
Курская область	31	335	4787	2341	353809	328000	69(79)	11 (1)
Липецкая область	19	165	7104	2160	489466	39000	57(89)	11 (4)
Московская область	102	2413	72785	30762	14656951	2978000	334(334)	100 (27)
Орловская область	16	262	2851	1219	327788	175000	35(51)	11 (4)
Рязанская область	21	633	6348	2647	507981	850000	80(80)	17 (5)
Смоленская область	32	402	5440	2311	479140	280000	48(48)	34 (4)
Тамбовская область	22	256	5600	1937	322837	14500	55(55)	9 (4)
Тверская область	46	598	16365	5744	1988292	1276000	131(256)	35 (11)
Тульская область	37	923	10731	3286	891650	60000	102(102)	19 (4)
Ярославская область	15	1715	8858	3846	1525617	1391800	76(76)	17 (8)

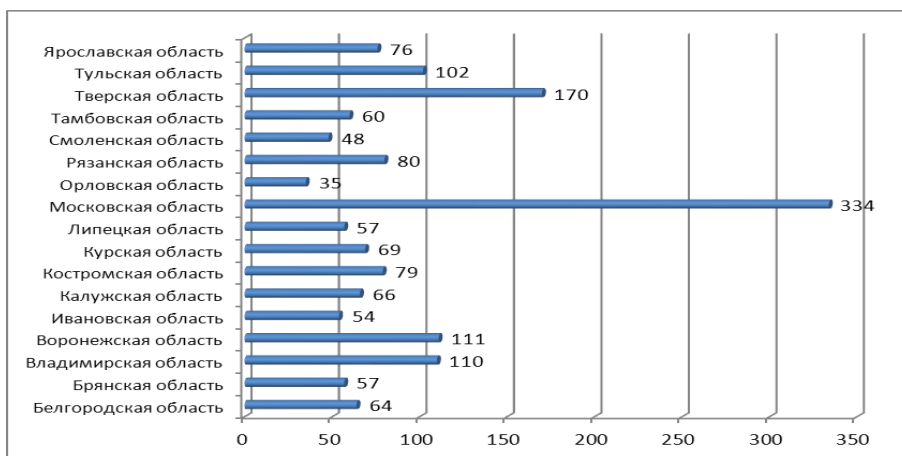
Из таблицы и рисунков 1 а,б,в видно, что средства размещения распределены по областям ЦФО крайне неравномерно. Почти четверть всех объектов размещения (334 или 21,9 %) сосредоточена в Московской области, которая значительно опережает все другие субъекты. Еще больший разрыв в отношении количества койко-мест. Московская область располагает 72785 местами, что составляет 37,4% от всех имеющихся мест.

По обоим показателям (количество средств размещения и количество койко-мест) Тверская обл. уверенно занимает второе место. В ней, согласно данным Федеральной службы государственной статистики, имеется 131 средство размещения (8,6 %) с 16365 койко-местами (8,4%). Близки к Тверской обл. и занимают 3 – 4 места в ЦФО Владимирская и Воронежская области.

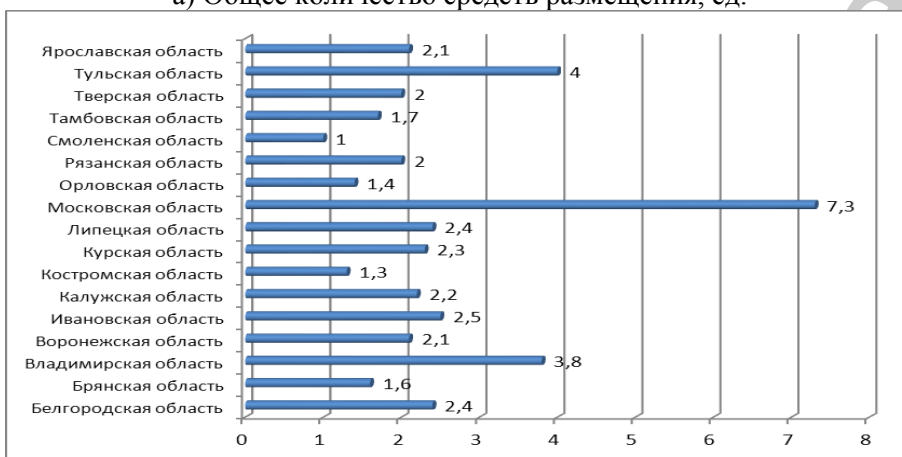
Явным аутсайдером по числу средств размещения и, соответственно, по количеству койко-мест, является Орловская область. Здесь расположено всего 35 коллективных средств размещения туристов, в которых насчитывается всего 2851 койко-место.

Если учитывать площадь и население областей, которые являются сравнительно небольшими, но густозаселенными, то по показателям плотности инфраструктуры туризма и обеспеченности населения средствами размещения области на условном пьедестале будут распределяться несколько иначе. По плотности инфраструктуры по прежнему лидером остается Московская область, но на 2-3 место выходят Тульская и Владимирская области. По обеспеченности населения средствами размещения лидирует Тверская область. На втором месте – Владимирская, на третьем – Рязанская области. На последних позициях оказались Брянская, Орловская и Белгородская области.

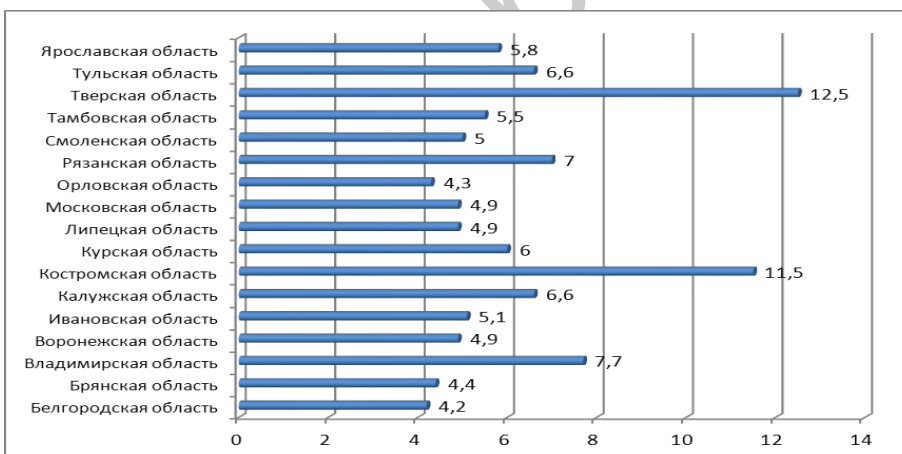
Сходная картина наблюдается и в отношении числа койко-мест в средствах размещения. По показателю количества койко-мест на 1 тыс. км² явным лидером является Московская область, за ней следуют Владимирская и Тульская области. Показатель обеспеченности населения койко-местами в средствах размещения на первое место ставит Тверскую область, на второе – Московскую, на третьем месте оказывается Владимирская область.



а) Общее количество средств размещения, ед.



б) Плотность средств размещения туристов на (ед. на 1 тыс. км² площади)



в) Обеспеченность населения средствами размещения туристов (ед. на 100 тыс. жителей)

Рис. 1. Средства размещения туристов в областях ЦФО

Доходы от эксплуатации средств размещения составляют значительную часть прибыли туристской отрасли. Величина этих доходов является одним из значимых показателей уровня развития туристской отрасли. По этому показателю в ЦФО уверенно лидирует Московская область. На услугах средств размещения эта область заработала более 14 млрд. рублей. На вторых позициях опять оказалась Тверская область, где предприятия размещения получили доходы почти в 2 млрд. рублей. На третьем месте Ярославская область с доходами 1,52 млрд. руб. Имеющие высокий инфраструктурный потенциал Воронежская и Владимирская области по доходам превысили 1 млрд. рублей. На последних местах оказались Тамбовская и Орловская области в которых средства размещения заработали немногим более 300 млн. рублей.

Анализируя доходы средств размещения по относительным показателям видно, что в любом случае лидером остается Московская область, а на последующих местах (в первой пятерке) располагаются Тверская, Ярославская, Владимирская и Костромская области.

Занятость в туризме. Известно, что туризм – весьма трудоемкая отрасль. В современном мире в туристской отрасли занято 203 млн. человек или 8% трудоспособного населения. По данным статистики, в России в туризме трудятся 863 тыс. чел., или 1,3% трудоспособного населения. Как видно, Российская Федерация еще значительно уступает среднемировым показателям. Нами получены статистические данные о среднесписочной численности работников сферы туризма в областях ЦФО в 2009 г. Отметим, что данный год был кризисным и, возможно, используемые показатели немного ниже предыдущих и последующих годов. Однако они все равно дают возможность сравнить области ЦФО по числу людей занятых в туристской отрасли.

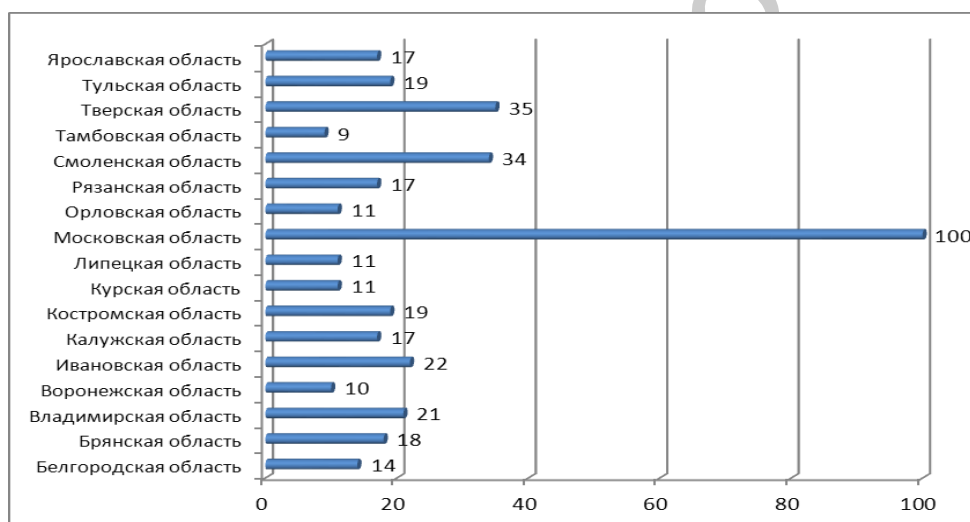
По данным Федеральной государственной службы статистики больше всего людей трудилось в сфере туризма Московской обл. Их количество превысило 30 тысяч человек. Московская обл. опережала любую другую область в 5-15 раз. Второе место вновь досталось Тверской области, где на предприятиях сферы туризма трудилось 5744 человека (по данным комитета по туризму Тверской обл., в сфере туризма здесь работали около 11 тысяч человек). В первой тройке также находится Воронежская обл. (4668 чел.). На последнем месте по данному показателю в ЦФО находится Орловская обл.

Относительные показатели, характеризующие занятость населения в сфере туризма по отношению к площади, также отдают лидерство Московской области. а второе место – Тульской. На третьем-четвертом местах находятся Владимирская и Ивановская области. В первой пятерке Ярославская область.

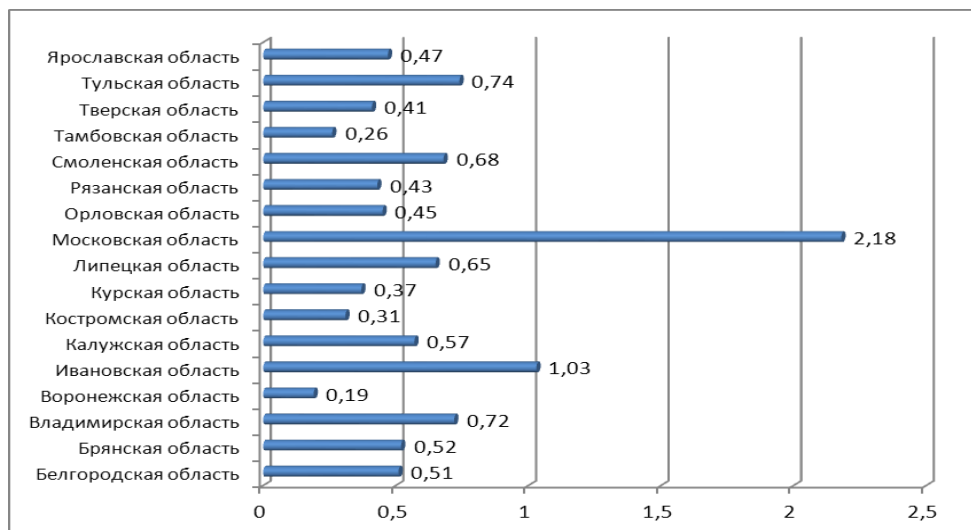
Несколько иная картина наблюдается если соотнести количество занятых в туризме с общим населением субъектов. Здесь явные лидеры – Московская и Тверская области.

Количество туристских центров в областях ЦФО. В начале 2000-х гг. А.И. Зориным было проведено оригинальное исследование по выявлению туристских центров во всех регионах Российской Федерации [4]. Для выявления туристских центров автором использовались 10 наиболее распространенных в мире интерактивных энциклопедий по причине их повсеместной доступности для туроператора и туриста. Энциклопедии наряду с прочим содержат информацию о туристских центрах, туристско-экскурсионных объектах, ландшафтах и местностях, всемирном, национальном и региональном культурном и природном наследии.

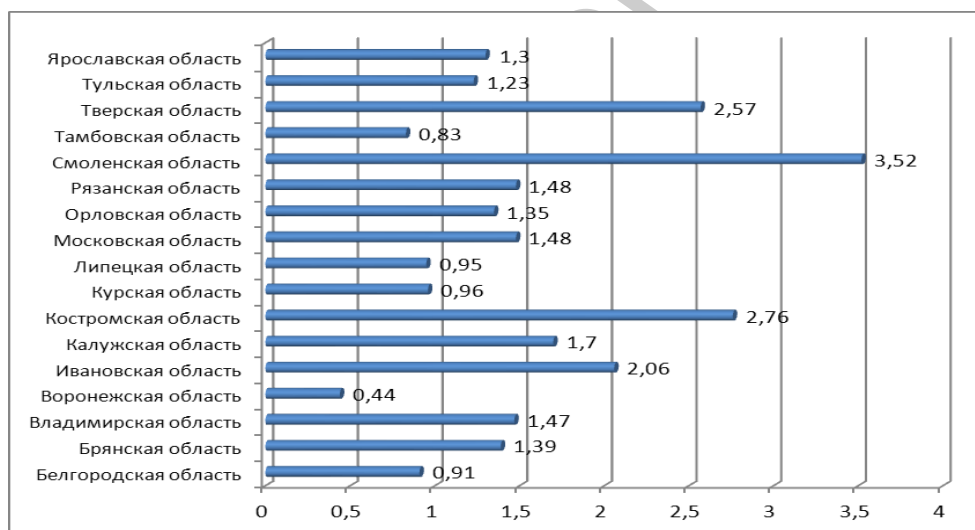
Для отбора объектов автором был проведен полный контент-анализ статей указанных выше интерактивных энциклопедий. Соответственно была выбрана система единиц контент-анализа – совокупность объектов культурного и природного наследия, о которых упоминается в статьях, посвященных тому или иному туристскому месту. Мера измерения – вероятность встречаемости информации об объекте в перечисленных выше интерактивных энциклопедиях.



а) Количество турцентров в областях ЦФО, ед.



б) Густота сети турцентров (ед. на 1 тыс. км²)



в) Обеспеченность турцентрами областей ЦФО (ед. на 100 тыс. жителей)
Рис. 2. Количество туристских центров в областях ЦФО

Всего в Российской Федерации было выявлено 5917 туристских центров. Из них в ЦФО – 385.

По данным А.И. Зорина, относящимся к областям ЦФО, построена диаграмма, представленная на рис.2. Как видно, с большим отрывом лидирует Московская область, в которой насчитывается ровно 100 туристских центров. На втором месте оказалась Тверская область с 35 туристскими центрами. Практически такое же количество туристских центров (34) – в Смоленской области. Наименее обеспечены туристскими центрами Воронежская (10) и Тамбовская (9) области.

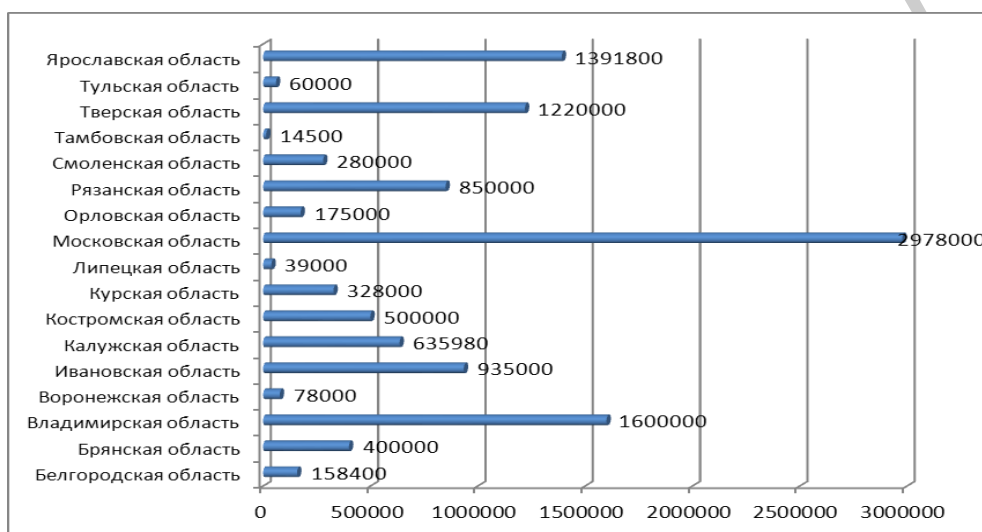
Однако если рассмотреть количество туристских центров по отношению к площади или к населению изучаемых регионов, то ситуация выглядит по-другому. Площадные показатели выдвигают в лидеры Московскую, Ивановскую и Тульскую области. Данные о количестве туристских центров в расчете на 100 тыс. человек, проживающего в области населения, выводят на первое место Смоленскую область, на второе – Тверскую, а Ивановскую – на третье. Московская область в этом случае остается лишь на пятом месте.

Количество туристов в областях ЦФО. Под туристским потоком понимают группу людей, прибывающих на какую-либо территорию («въездной поток») или выбывающих с нее в другие места («выездной поток») с туристскими целями. Как правило, величина (объем) туристского потока измеряется количеством человек, посетивших территорию данного территориального образования в течение года или выехавших из него. Объем туристского потока – важнейший показатель, характеризующий состояние туристской отрасли в том или ином регионе. Он позволяет сравнить данный регион с другими, близкими или удаленными, туристско-рекреационными районами и даже с целыми государствами. Динамика величины туристского потока является одним из главных индикаторов эффективности государственной политики в сфере туризма, показателем успешности деятельности всех субъектов туристского рынка.

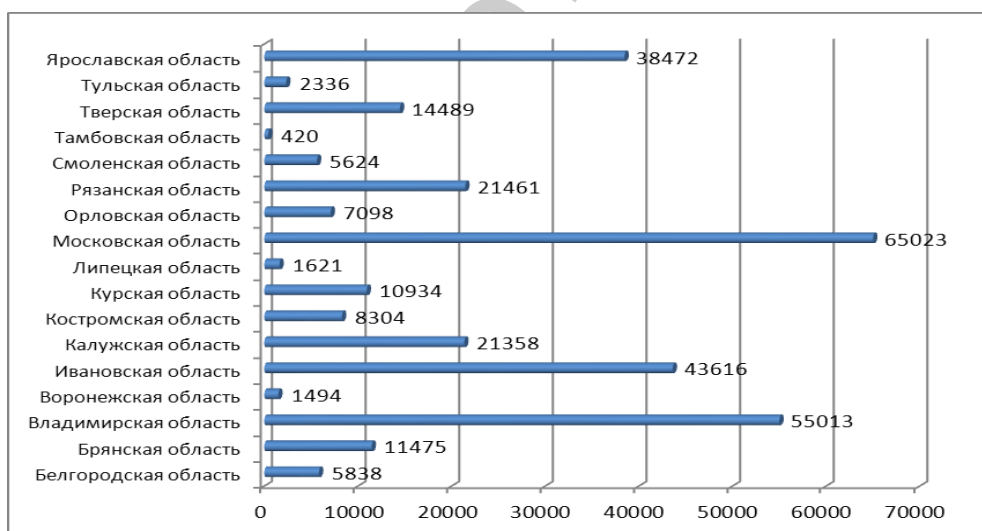
Основным методом сбора данных в этой части исследования стал поиск информации в сети Интернет. В большинстве субъектов Федерации имеются комитеты по туризму, министерства туризма, отделы туризма и другие подобные административные структуры. Как правило, они имеют свои официальные сайты, на которых размещена интересующая нас информация. Мы пользовались этими данными, считая, что, выложенная на таком сайте информация, объективно показывает состояние дел в туристской отрасли в данной области. Таким образом, собранные нами количественные данные в большинстве случаев не являются официальной статистикой, однако они отражают мнение туристских администраций и руководителей субъектов Федерации по поводу уровня развития туризма на подведомственной им территории.

Другим источником информации стали программы развития туризма на 2006 – 2020 гг., которые разработаны во многих субъектах Федерации. Такие программы также размещены на официальных сайтах туристских администраций. Часто они начинаются с анализа существующей ситуации в регионе. Среди многих показателей в а обзорах указываются сведения о наличии средств размещения туристов, их емкости, структуре и величине туристских потоков и др. [3]. По этим данным построены диаграммы на рис. 3.

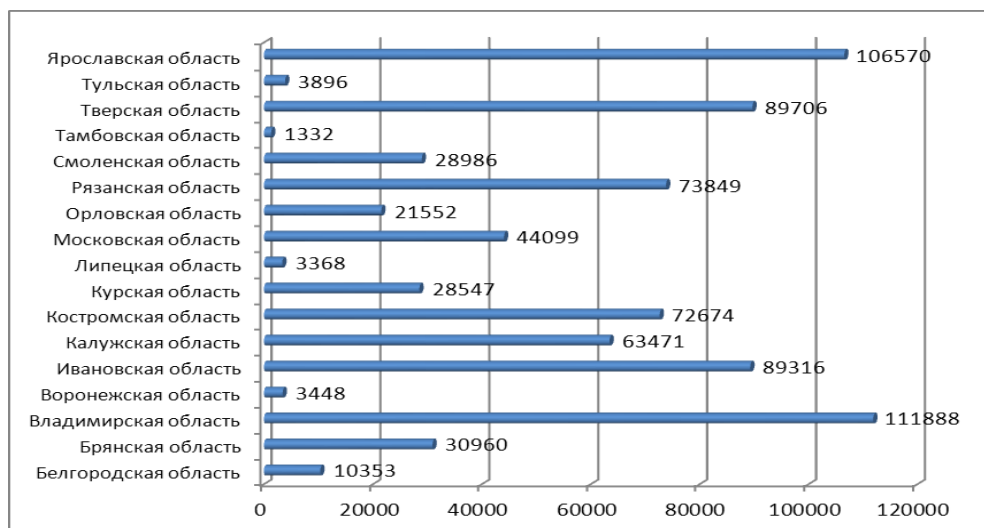
Как видно, явным лидером по количеству туристов является Московская область. За год на ее территории отдыхает или посещает познавательные объекты около 3 млн. человек.



а) Общее количество туристов в год, чел



б) Количество туристов в течение года на 1 тыс. км²



в) Количество туристов в течение года на 100 тыс. жителей области

Рис. 3. Количество туристов в течение года в областях ЦФО

Второе место занимает Владимирская область, где ежегодно принимают более 1 млн. 600 тыс. человек. Более миллиона туристов принимает Ярославская область (3 место) и около миллиона – Ивановская. Это регионы, знаменитого «Золотого кольца», на котором расположены самые известные памятники Северо-Восточной Руси, в т. ч. входящие в список всемирного историко-культурного наследия ЮНЕСКО: белокаменные памятники Владимира и Суздаля, церковь Бориса и Глеба в Кидекше, архитектурный ансамбль Троице-Сергиевой лавры (г. Сергиев Посад), исторический центр Ярославля и др. В этих регионах хорошо развита транспортная сеть и сеть коллективных средств размещения. Имеются давние традиции туристско-экскурсионного обслуживания. Указанные области находятся на небольшом удалении от Москвы, являющейся крупнейшим центром формирования туристского спроса, что также способствует увеличению туристских потоков в эти регионы.

Тверская область по этому показателю находится на четвертом месте. Меньше всего туристов принимают Тамбовская и Липецкая области, где годовые потоки исчисляются первыми десятками тысяч.

При анализе туристских потоков с учетом площади регионов, лидерами останутся те же субъекты Федерации: Московская, Владимирская, Ивановская и Ярославская области (см. рис. 3). Наоборот, если принять во внимание численность населения в областях ЦФО, то явным лидером станет Владимирская область, а вслед за ней располагаются Ярославская, Тверская и Ивановская области. Московская область, вследствие очень большой численности, отодвигается на восьмое место среди регионов ЦФО.

Музеи и музейный туризм. Важную роль в туристском освоении регионов играют имеющиеся в них музеи, выставочные залы, специально подготовленные экспозиции. В туристском процессе музеи одновре-

менно выполняют несколько функций. Прежде всего, сохраняя конкретные предметы историко-культурного и природного наследия, музеи и их коллекции являются значимой частью туристско-рекреационного потенциала любого региона. С другой стороны, всякий, даже небольшой и самый простой музей, привлекает какое-то количество посетителей, становясь объектом экскурсионного показа. Посещение музея во время отдыха на курорте, турбазе или в рамках досуга в своем населенном пункте является весьма популярным рекреационным занятием.

В некоторых случаях крупные богатые или, наоборот, небольшие, но уникальные музеи сами по себе вызывают повышенный интерес и формируют мотив для туристского путешествия. Нередко путешествия, совершаемые специально для осмотра музейных коллекций в городах России и зарубежья, называют музейным туризмом. В таком понимании музейный туризм является разновидностью одного из основных видов туризма – познавательного. В связи с этим, количество музеев в регионе является одним из показателей, характеризующих величину туристского потенциала, а количество посетителей в музеях – один из показателей, отражающий уровень развития туризма.

Как видно из таблицы, в каждой из областей ЦФО имеется в среднем 20-30 музеев с амплитудой от 14 до 102 музеев. Явным лидером является Московская область, в которой открыто более сотни разнообразных музеев и экспозиций. Аутсайдером, как ни странно, оказалась Владимирская область, в которой, по официальной статистике, функционирует всего 14 музеев. Тверская область уверенно занимает второе место с 46 музеями (по другим данным – 53). Конечно, потенциал территории определяется не только количеством музеев, а также их размерами, значимостью и уровнем позиционирования.

Данный тезис подтверждается информацией о числе посетителей в музеях. Так лидером по-прежнему остается Московская область, в музеях которой в 2009 г. побывало 2 млн. 413 тыс. посетителей. Однако вторую позицию уверенно заняла Владимирская область, где в 14 музеях побывало 1 млн. 808 тыс. человек. Самые низкие места в ЦФО занимают Тамбовская и Липецкая область, где музеи за год приняли соответственно 256 тыс. чел. и 165 тыс. чел.

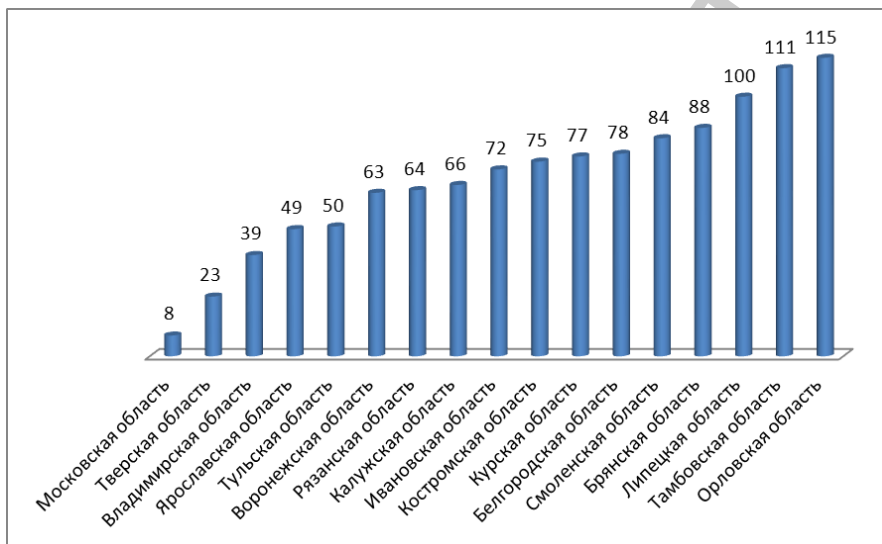
Для определения конкретных позиций каждого субъекта Федерации в сфере развития туризма среди других областей ЦФО нами применен простой, но весьма информативный метод – ранжирование по комплексному индексу, полученному в результате суммирования мест, занимаемых по каждому из восьми используемых показателей. По каждому из рассматриваемых показателей определялось место области среди других областей ЦФО. Затем места, занимаемые по каждому показателю, суммировались и получался комплексный показатель (индекс), который, как нам представляется, достаточно объективно отражает успехи конкретного субъекта в сфере туристской деятельности. Учитывая, что

количество областей, входящих в ЦФО и рассматриваемых в данной работе, было 17, а показателей – 8, то минимальный (самый лучший) результат мог бы равняться восьми (8 первых мест), а максимально возможный (самый худший) результат – 136, то есть места, занятые областью, по всем показателям последние.

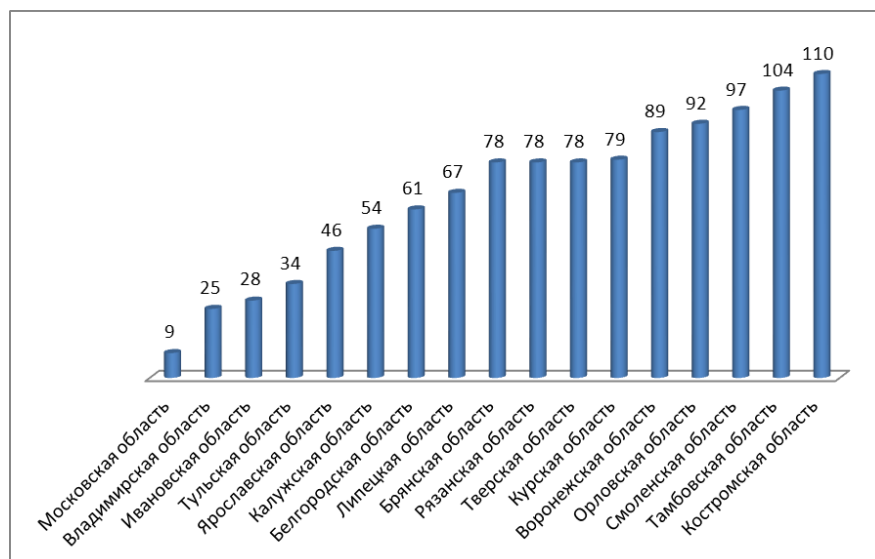
При этом, как и в случае с отдельными показателями, суммарный индекс был рассмотрен в трех вариантах: по абсолютным показателям, по отношению каждого из показателей к площади области; по отношению каждого из показателей к общей численности населения области. Получается, что по существу были рассчитаны три разных индекса, позволяющих ранжировать области ЦФО по уровню развития туризма.

По результатам суммирования мест для каждого из трех названных случаев были построены диаграммы, отражающие общую сумму мест (суммарный индекс) и положение (место) области среди других субъектов Центрального Федерального округа. Диаграммы представлены на рис. 4.

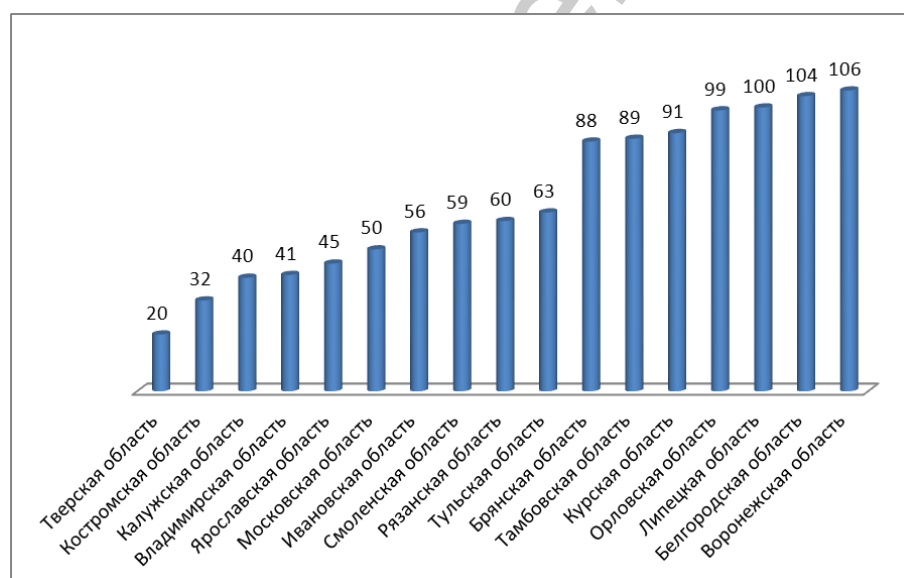
Анализ диаграмм и помещенных на них количественных показателей позволяет выявить следующие закономерности.



а) По абсолютным показателям



б) С учетом площади областей



в) С учетом численности населения областей

Рис.4. Ранжирование областей ЦФО по суммарному индексу развития туризма

Если оперировать абсолютными показателями, то явным лидером среди всех субъектов ЦФО является Московская область. По всем показателям она уверенно занимает первое место, а по сумме мест имеет наименьшие значения – 8. Очевидно, Московскую область можно отнести к категории регионов с **наиболее высоким уровнем развития туризма**. Значительно уступает ей Тверская область, находящаяся на втором месте. По различным показателям она занимает в основном вторые

– третьи места и в сумме имеет рейтинг – 23. В пятерку лидеров входят также Владимирская (39), Ярославская (49) и Тульская (50) области. Все эти области отнесены к группе регионов с **высоким уровнем развития туризма**.

Десять субъектов Федерации ЦФО имеют суммарный индекс от 60 до 100 и могут быть отнесены к категории регионов **со средним уровнем развития туризма**. Наконец, явными аутсайдерами оказались Тамбовская (111) и Орловская (115) области. Их суммарный рейтинг составил значительно больше ста единиц. Очевидно, их можно отнести к числу регионов **с низким уровнем развития туризма**.

Несколько иная картина складывается в том случае, если анализировать рейтинги, рассчитанные с учетом площади изучаемых субъектов Федерации. По-прежнему на первом месте уверенно остается Московская область. В пятерку лидеров вместо Тверской области (11 место) входит Ивановская область, а на последнем месте оказывается Костромская область.

При расчете суммарного индекса с учетом численности населения в регионах ЦФО выявляется интересная закономерность – Московская область, в силу очень высокой численности населения, уступает лидерство, опускаясь на 6 место. При этом Московская область все равно сохраняет довольно высокий рейтинг, оставаясь среди регионов с высоким уровнем развития туризма. На первое место в этом случае выходит Тверская область, для которой характерна очень низкая численность населения. Интересно также и то, что на последние места уходят густозаселенные Белгородская и Воронежская области.

Список литературы

1. Байков А.В. Проблемы управления и учета в сфере внутреннего туризма как основные факторы, мешающие развитию туристского бизнеса в Российской Федерации/Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды III Международной научно-практической конференции. М., 2008, с. 357-360
2. Дорофеев А.А., Лялина Н.В. Сравнение уровня развития туризма в областях ЦФО//Стратегии развития туристского комплекса региона: Сборник научных трудов II Межрегиональной научно-практической конференции. 24 ноября 2011 г. г.Конаково/Конаковский филиал Российской международной академии туризма.- Тверь: ООО «Издательство Триада», 2011г. с. 26 – 31.
3. Дорофеев А.А., Петров П.Ю. Туристские потоки в регионах Российской Федерации/Вестник ТвГУ, Сер. География и Геоэкология. Выпуск 1(8), № 33. Тверь, 2010, С. 89 – 104.
4. Зорин А.И. Туристские центры и местности России // Теория и практика физической культуры. Науч.-техн. журнал, № 8, 2000.

5. Порядок определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации. Вклад туризма в экономику субъектов Российской Федерации. <http://www.tourinfo.ru/content/law/4176/> Период доступа к сайту 12.03.2012.

DEVELOPMENT INDICATORS OF INSIDE TOURISM IN CENTRAL FEDERAL OKRUG'S REGIONS

A.A. Dorofeev, N.V. Lyalina

Tver state university, Tver

The paper gives a great variety of indexes characterising tourism development in Central Federal regions. Complex index of the tourism development level in CFR was calculated. The results are given in the form of the table and charts.

Keywords: *tourism development level, Central Federal okrug, tourist flow, tourism development indicators.*

Об авторах:

ДОРОФЕЕВ Александр Александрович – кандидат географических наук, доцент факультета географии и геоэкологии ТвГУ, e-mail: adgeograf@mail.ru

ЛЯЛИНА Наталья Вячеславовна – студентка магистратуры факультета географии и геоэкологии ТвГУ, e-mail: bastet2904@bk.ru