

Михаил А. Саранча, Антон И. Мосалёв  
**ТУРИСТИЧЕСКАЯ МАРШРУТНАЯ СЕТЬ РОССИИ:  
 СИСТЕМАТИЗАЦИЯ**

*В статье представлены результаты систематизации туристических маршрутов России, основанные на комплексной методике и региональном анкетировании. Определены география туристических маршрутов, их основные тематики, протяженность и продолжительность, сезонность функционирования, качество разработанности и состояние, способы передвижения по ним, комфортность используемого транспорта, целевая аудитория потребителей по возрастному и семейному цензам. Выявлены степень и характер ориентированности маршрутов на средства размещения и объекты питания. Результаты исследования сформированы в единую базу данных, а также апробированы на туристическом Интернет-портале «Живая карта».*

*Ключевые слова:* туристический маршрут; Россия; регион; систематизация; статистические сведения; способы передвижения.

*Рис. 18. Лит. 10.*

Михайло О. Саранча, Антон І. Мосальов  
**ТУРИСТИЧНА МАРШРУТНА МЕРЕЖА РОСІЇ:  
 СИСТЕМАТИЗАЦІЯ**

*У статті представлено результати систематизації туристичних маршрутів Росії, що базуються на комплексній методиці та регіональному анкетуванні. Визначено географію туристичних маршрутів, їх основні тематики, протяжність і тривалість, сезонність функціонування, якість розробленості і стан, способи пересування ними, комфортність транспорту, цільову аудиторію споживачів за віковим і сімейним цензами. Виявлено ступінь і характер орієнтованості маршрутів на засоби розміщення і об'єкти харчування. Результати дослідження сформовано в єдину базу даних, апробовано на туристичному Інтернет-порталі «Жива карта».*

*Ключові слова:* туристичний маршрут; Росія; регіон; систематизація; статистичні відомості; способи пересування.

Mikhail A. Sarancha<sup>1</sup>, Anton I. Mosalev<sup>2</sup>

**TOURIST ROUTES NETWORK IN RUSSIA: SYSTEMATIZATION \***

*The article presents the results of tourist routes systematization in Russia, based on the methodology and comprehensive regional survey. The authors have defined the geography of tourist routes, their main subjects, the extent and duration, seasonality, quality of elaboration and the current state, comfort of transport, target audience of consumers by age and family status. The extent of trails orientation on the means of accommodation and catering facilities is determined. The results of the study are summarized into a single database which has been tested for placement on the tourist Internet portal "Living Map".*

*Keywords:* tourist route; Russia; region; systematization; statistical information; transportation means.

**Постановка проблеми.** Сбор и систематизация информации по туристическим маршрутам регионов Российской Федерации является актуальной задачей, т.к. на сегодня такие работы в полноценных масштабах еще не проводились. В то же время именно маршрутная сеть репрезентативно отражает харак-

<sup>1</sup> Russian State University of Tourism and Service, Cherkizovo, Russia.

<sup>2</sup> Russian State University of Tourism and Service, Cherkizovo, Russia.

\* Publication is a part of the research project supported of Federal Agency for Tourism No. 114-14-11-18-03.

тер использования туристско-рекреационного потенциала страны и ее регионов. Выделить источники информации, содержащие проблему комплексной систематизации туристических маршрутов, особенностей их функционирования, целевую направленность, а также их влияние на социально-экономические региональные системы не удалось, потому как указанная проблематика поставлена впервые [1].

**Анализ последних публикаций.** Развитие туризма как отрасли экономики всегда определяется уровнем сервиса. Изучение тенденций развития туристической отрасли удобнее проводить в совокупности с сопутствующими отраслями.

Например, в исследовании А.Ю. Александровой [2] чётко указано на необходимость сегментации потребителей в туризме, туризм должен быть представлен как совокупность экономических видов деятельности, направленных на обслуживание посетителей. Данный тезис подкреплен необходимостью комплексного подхода к изучению туристического продукта [8] в связке со всеми маркетинговыми компонентами, такими, как замысел продукта, производство, распространение и коммуникация, предоставление и потребление.

В [6] авторы предлагают рассматривать условия организации туризма через призму двух блоков: экономических факторов – инвестиционной, финансовой и налогово-бюджетной природы; факторов организационных и структурных особенностей туристской отрасли, взаимодействия с остальными отраслями региона и внешним миром. Однако туризм как самостоятельный вид хозяйственной деятельности не может одинаково развиваться на территории государства, потому как качество маршрутов как готовых рыночных туристических продуктов существенно различается от одного субъекта РФ к другому [7] в силу социально-экономической, политической, финансовой и прочей специфики. В [10] указывается, что туризм и стили туристического поведения отражаются не только в стиле поведения потребителей в текущем периоде времени, но и через глобальные факторы, такие как экономическая реструктуризация, глобализация, эстетизация повседневной жизни.

Именно поэтому проведенное масштабное исследование на уровне государства в целом по систематизации туристских маршрутов представляется крайне актуальным и открывает перспективы к продолжению исследования данного направления в отрасли туризма.

**Целью исследования** является разработка и апробирование методологии систематизации туристических маршрутов в регионах РФ.

**Основные результаты исследования.** Подобное исследование требует системного и комплексного подхода, учета всего спектра параметров [2; 8], т.к. именно в рамках функционирования туристических маршрутов происходит потребление значительной части туристического продукта. В связи с этим, в ходе изысканий было выделено 10 тематических блоков описания маршрутов (рис. 1).

Согласно выделенным блокам была разработана анкета, которая рассылалась в профильные ведомства по регионам. В регионах анкета заполнялась и высылалась обратно на обработку, в рамках которой все данные вводились в

сводную базу данных. Таким образом была собрана информации по 6 тыс. туристических маршрутов, что составляет вполне репрезентативную выборку для исследования. География маршрутов в разрезе федеральных округов представлена на рис. 2. По числу резко преобладают внутрирегиональные маршруты [6]. Число маршрутов, пересекающих границы регионов и федеральных округов, не велико, однако именно они выступают скрепляющим каркасом туристической интеграции регионов [7] и на них возлагаются весомые функции развития в федеральных и региональных целевых программах.

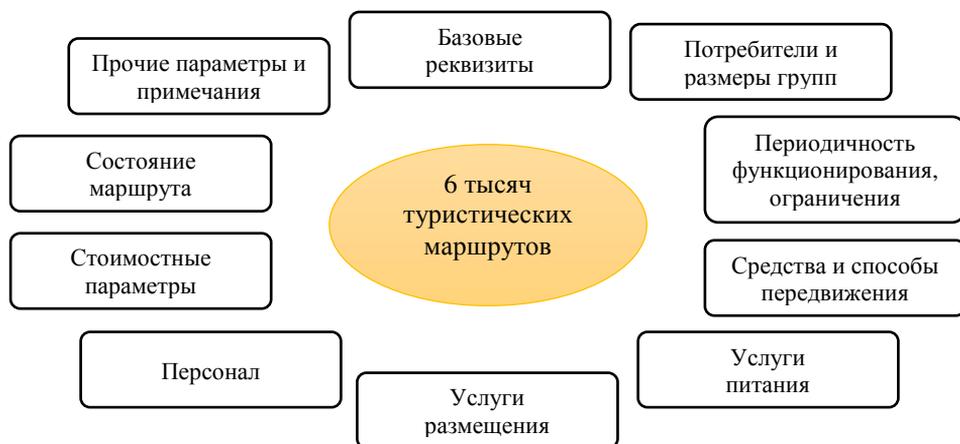


Рис. 1. Основные блоки сбора информации о туристических маршрутах, авторская разработка

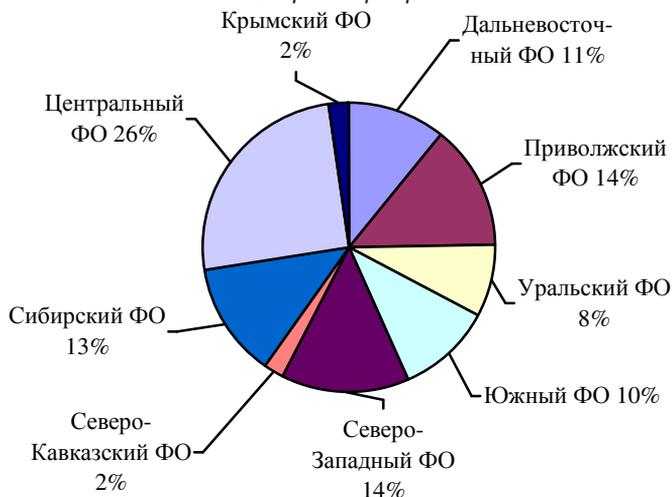


Рис. 2. Распределение туристических маршрутов по федеральным округам, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

Тематическая структура маршрутов представлена на рис. 3. Из диаграммы видно, что доминируют по тематике познавательные, образовательные и экологические маршруты, которые в совокупности дают 69%. Это подтвер-

ждает классическую ориентацию туристических фирм на указанные направления в формировании туристического продукта.

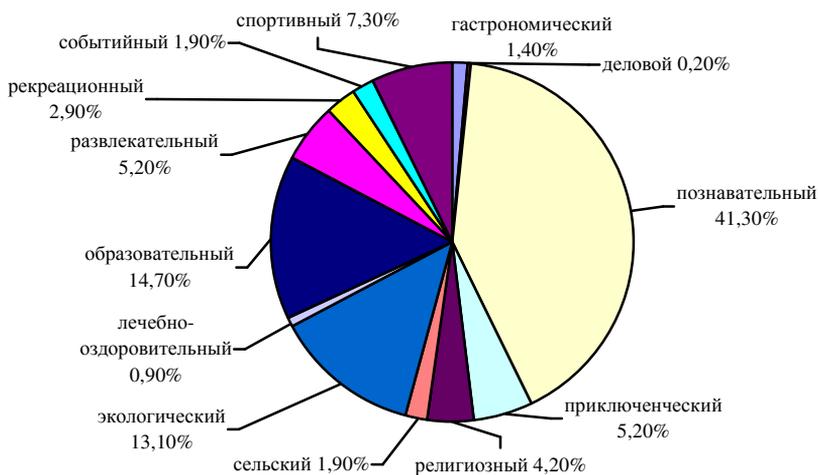


Рис. 3. Структура туристических маршрутов по тематике, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

В категории потребителей (рис. 4) явной ориентации не наблюдается, преобладают смешанные маршруты – 59%. Более дробная структура потребителей туристического продукта и ограничений отражены на рис. 5, где наблюдается преобладание ориентации туристических маршрутов на школьников и студентов – детский и молодежный сектор.

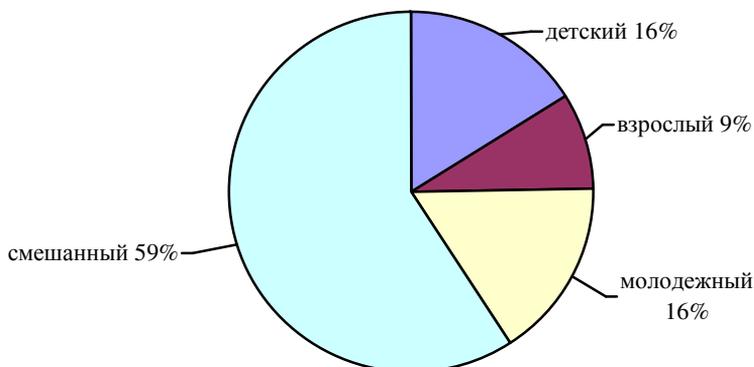


Рис. 4. Распределение маршрутов по возрастным группам потребителей, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

Протяженность туристических маршрутов показана на рис. 6, из которого следует, что данное явление имеет равномерное распределение. По продолжительности маршрутов доминируют экскурсионные (однодневные), 30% приходится на туры продолжительностью от 3 до 7 дней. Туры продолжительностью более 7 дней, классические для отпускных циклов рекреации, составляют 11%.

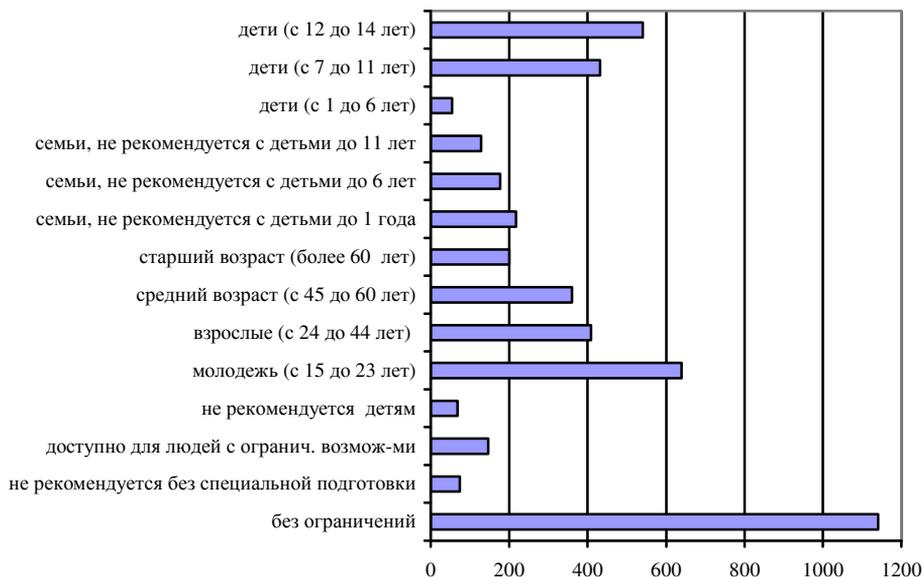


Рис. 5. **Распределение маршрутов по категориям туристов, построено по данным анкетирования региональных туроператоров**

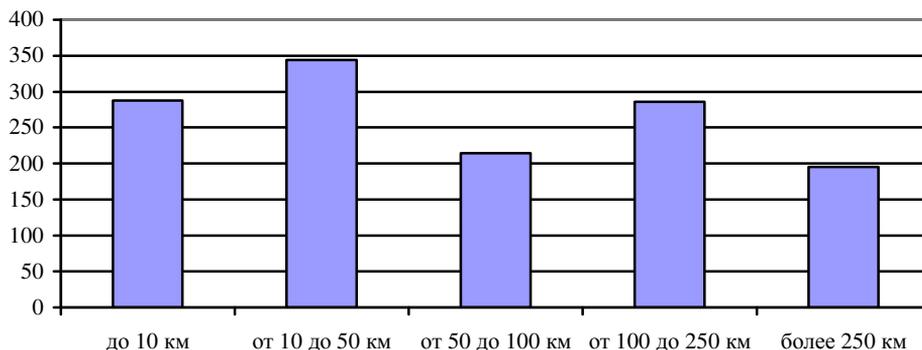


Рис. 6. **Распределение маршрутов по протяженности, построено по данным анкетирования региональных туроператоров**

До 2000 г. сформировалось 5% ныне существующей маршрутной сети. В течение 2000-х гг. сформировался 33% сети. После выхода из экономического кризиса 2008 г., развитие сети туристических маршрутов шло по нарастающей, за последние 2 года было введено в эксплуатацию 39% маршрутной сети.

Сезонность функционирования маршрутов отражена на рис. 9. Согласно диаграмме, в стране наблюдается некоторое преобладание маршрутов летнего периода (81%), в общем же – круглогодично функционируют маршруты.

По способу передвижения по маршрутам преобладают пеший и автобусный туризм (рис. 10). В качестве источников используемого транспорта в 54% случаев используется транспорт, предоставляемый туристическими фирмами, в 22% случаев туристы арендуют транспорт, в 18% используется личный транс-

порт туристів, на общественный транспорт приходится 6% (рис. 11). На маршрутах преобладает транспорт среднего уровня комфортности, на малокомфортный транспорт приходится 14%. (рис. 12).

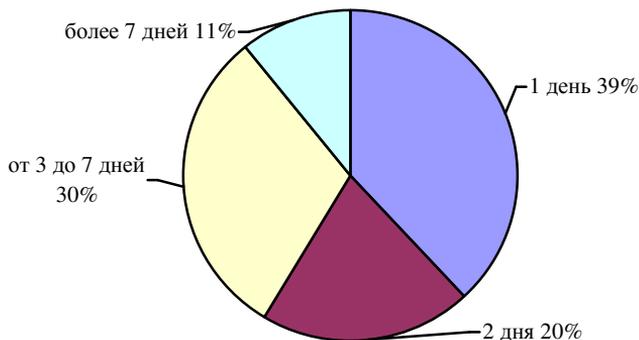


Рис. 7. Распределение маршрутов по продолжительности, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

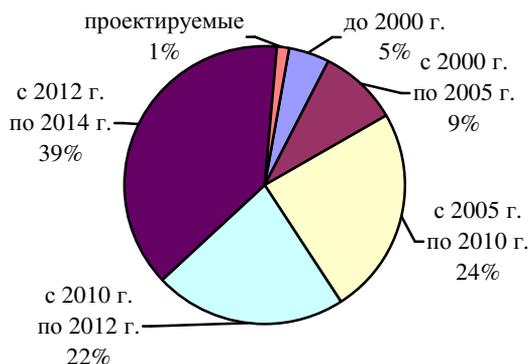


Рис. 8. Распределение маршрутов по году начала функционирования, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

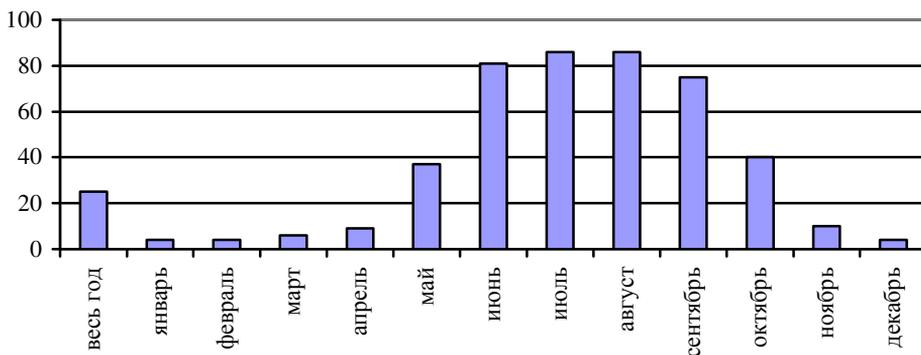


Рис. 9. Распределение маршрутов по периодам функционирования, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

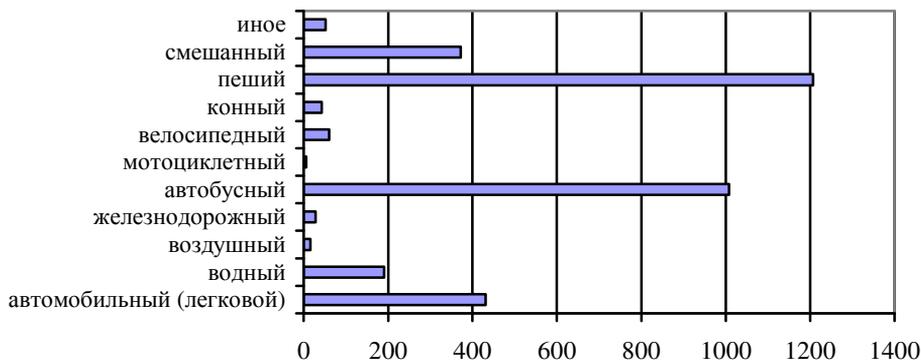


Рис. 10. Распределение маршрутов по способу передвижения, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

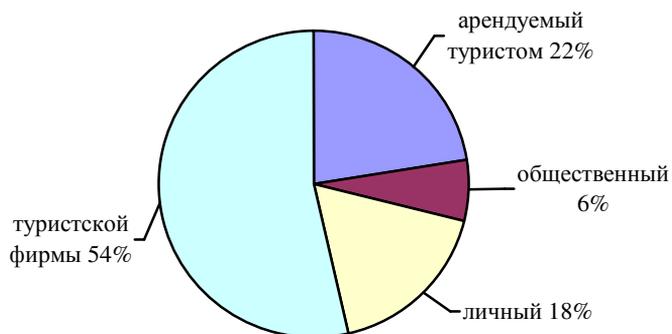


Рис. 11. Распределение маршрутов по источникам предоставления транспорта, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

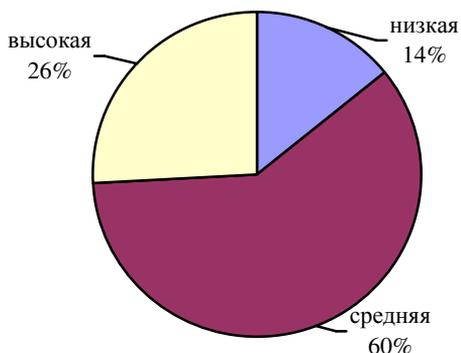


Рис. 12. Распределение маршрутов по комфортности используемого транспорта, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

Структура предоставления услуг питания представлена на рис. 13, однако в 32% случаев данные услуги не включаются в стоимость тура.

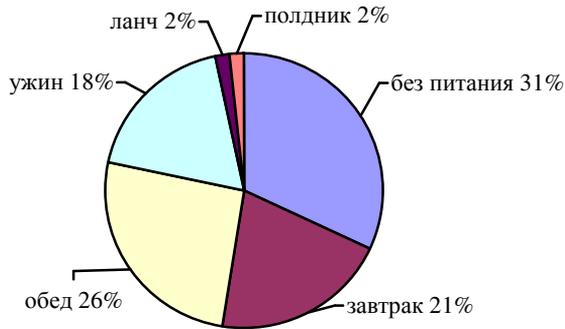


Рис. 13. **Распределение маршрутов по предоставляемым услугам питания, построено по данным анкетирования региональных туроператоров**

По причинам краткосрочности туристических маршрутов их прямая потребность в коллективных средствах размещения находится на низком уровне. Наибольшее использование получают гостиницы и прочие объекты (по 33%), также значимую роль в размещении туристов занимают заведения, аналогичные гостиницам, такие как пансионаты, меблированные комнаты и пр. Индивидуальные и специализированные заведения (к примеру, оздоровительные лагеря, фермерские дома и пр.) используются редко.

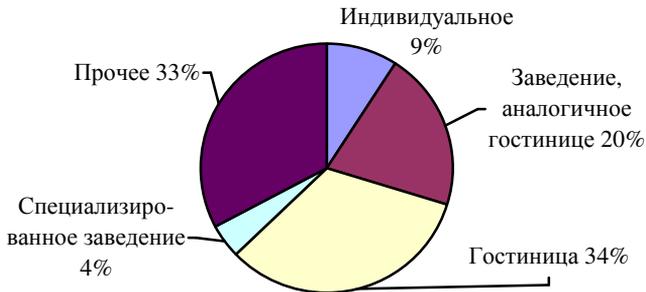


Рис. 14. **Распределение маршрутов по предоставляемым услугам размещения, построено по данным анкетирования региональных туроператоров**

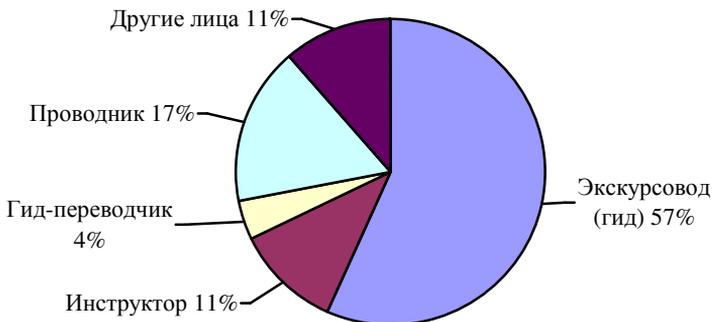


Рис. 15. **Распределение маршрутов по требуемому персоналу, построено по данным анкетирования региональных туроператоров**

Необходимость в персонале на маршрутах представлена на рис. 15.  
Ценовая структура маршрутов представлена на рис. 16.

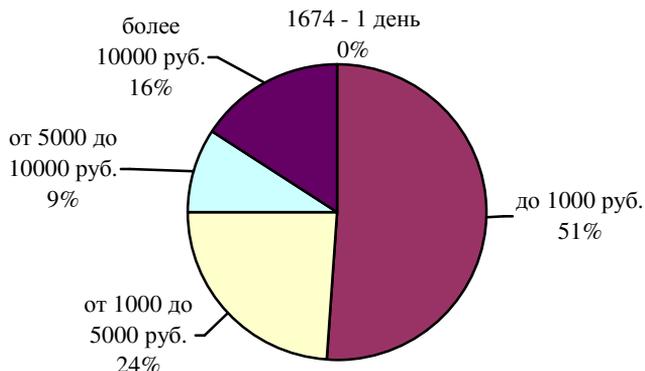


Рис. 16. Распределение маршрутов по цене, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

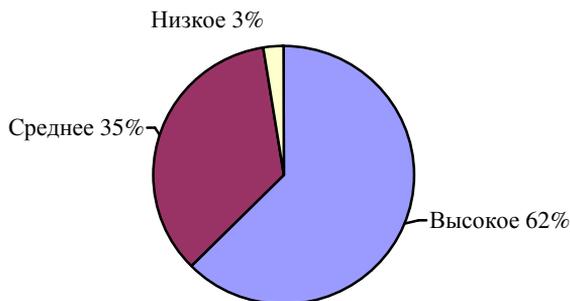


Рис. 17. Распределение маршрутов по качеству разработанности, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

Качество разработанности маршрутов в 63% случаев оценивается как высокое, 35% – среднее. 80% маршрутов функционирует на постоянной основе, еще 8% проектируется или находится на стадии апробации (рис. 18).

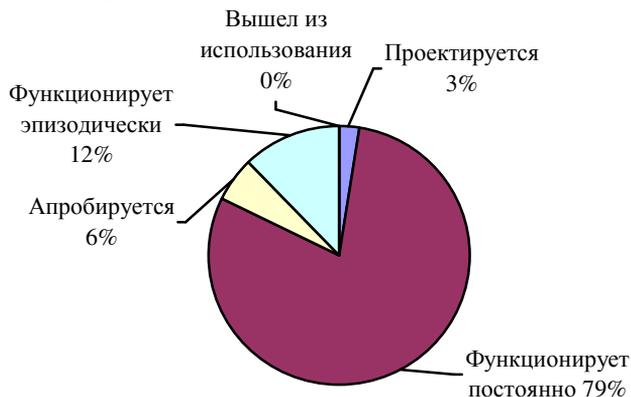


Рис. 18. Распределение маршрутов по функциональному состоянию, построено по данным анкетирования региональных туроператоров

**Выводы.** В результате проведённого исследования выявлены степень и характер ориентированности маршрутов на средства размещения и объекты питания. Результаты исследования сформированы в единую базу данных, а также размещены на туристическом Интернет-портале «Живая карта».

1. Поручение Заместителя Председателя Правительства Российской Федерации О.Ю. Голодец от 22.07.2014 №ОГ-П44-207пр // [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru).
2. *Александрова А.Ю.* Статистика международного туризма: современное состояние, проблемы и перспективы развития // Инициативы XXI века.— 2013.— №2. — С. 26–30.
3. *Веденин Ю.А.* Динамика территориальных рекреационных систем. — М.: Наука, 1982. — 190 с.
4. *Зырянов А.И.* Регион: пространственные отношения природы и общества. — Пермь: Пермский государственный университет, 2006. — 372 с.
5. *Зырянов А.И.* Теоретические аспекты географии туризма. — Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2013. — 158 с.
6. *Илькевич С.В., Сахарчук Е.С.* Экономические аспекты устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса.— 2014.— №2. — С. 4–17.
7. *Мосалёв А.И.* Осуществление инвестиционно-инновационной деятельности в условиях региональных рисков // Экономика региона.— 2009.— №3. — С. 217–221.
8. *Саранча М.А.* Территориальная туристско-рекреационная система как комплексное общественно-природное образование // Вестник Удмуртского университета.— Серия: Биология. Науки о земле.— 2010.— Вып. 6-3. — С. 58–68.
9. *Mill, R.C., Morrison, A.M.* (2009). *The Tourism System*. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publication. 436 p.
10. *Williams, S.* (2009). *Tourism Geography: a new synthesis*. London: Routledge. 309 p.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2015.