

© **Иванна Ивановна Дерен,**  
доктор экономических наук, доцент,  
профессор кафедры гуманитарных и  
социально-экономических дисциплин,  
Владимирский юридический институт  
Федеральной службы исполнения наказаний  
deren-ivanna@yandex.ru

**Deren Ivanna Ivanovna,**  
**Dr. Sci. (Econ.), Associate professor,**  
Professor of the Department of Humanities  
and Socio-Economic Studies, Vladimir Law  
Institute of the Federal Penitentiary Service

© **Анастасия Дмитриевна Земляникина,**  
начальник отдела мониторинга и контроля  
реализации программ и проектов  
управления программ и проектов  
Министерства экономического развития и  
промышленности Владимирской области  
n.zemlanikina@mail.ru

**Zemlyanikina An. D.,**  
Head of the Department for Monitoring  
and Control of the Implementation  
of Programs and Projects of the Directorate  
of Programs and Projects of the Ministry  
of Economic Development and Industry  
of the Vladimir Region

## **АКТУАЛИЗАЦИЯ КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

### **Actualization of the classification of types of tourism in the new economic reality**

*Аннотация: в статье проведен анализ существующих подходов к классификации видов туризма. Сделан вывод о целесообразности дополнения существующих классификаций видов туризма новыми элементами, являющимися в современных экономических условиях стержнями для выстраивания новой государственной политики в сфере туризма.*

*Abstract: The article analyzes the existing approaches to the classification of types of tourism. The conclusion is made about the expediency of supplementing the existing classifications of types of tourism with new elements, which in modern economic conditions are the pillars for building a new state policy in the field of tourism.*

*Ключевые слова: экономика туризма, экономический потенциал, классификация, мотив, туристские поездки, туристская дестинация, путешествие, туристская услуга.*

*Keywords: tourism economics, economic potential, classification, motive, tourist trips, tourist destination, travel, tourist service.*

Туризм является одной из важных сфер жизни общества, оказывая существенное влияние на формирование новых устойчивых экономических и социальных связей. Разработка и реализация государственной политики в сфере туризма предусматривает создание экономических механизмов, посредством которых будет обеспечено достижение целей и задач, подкрепленных соответствующим финансовым обеспечением.

Мультипликативный эффект от развития индустрии туризма будет обеспечиваться не столько от привлечения дополнительных объемов финансирования, сколько от стимулирующего воздействия на многие отрасли национальной экономики. В этой связи важно изучение потребностей всех участников системы управления туризмом, в частности на основании базовых классификационных принципов и признаков.

Мотивацией туристов при выборе туристского маршрута в большей степени является удовлетворение собственных потребностей: базовых (восстановление физических сил), познавательных (ознакомление с достопримечательностями, познание историко-культурных особенностей народов конкретной территории или дестинации), духовных (посещение религиозных объектов, паломничество, возможность самореализации).

Одной из классификаций видов туризма является его деление на въездной, выездной и внутренний (согласно рисунку 1) [4, с. 260].



*Рис. 1. Классификация видов туризма по территориальному аспекту*

В Российском статистическом ежегоднике 2022 года [4] под въездным туризмом понимается путешествие посетителя с момента въезда в страну до момента выезда.

Исходя из анализа числа въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию, размещенного в данном ежегоднике, въездной туризм за 2021 год составил 7 080 тысяч потоков, за 2020 год – 6 359 тысяч. Из общего числа въездных туристских поездок в 2021 году 79 % приходится на страны ближнего зарубежья (тыс. ед.): Украина – 3932, Казахстан – 565, Таджикистан – 279, Узбекистан – 207, Армения – 181, Киргизия – 132, Азербайджан – 131, Молдова – 93, Белоруссия – 58, Эстония – 18. В 2020 году на данные страны приходилось 82 % от общего числа въездных туристских поездок (тыс. ед.): Украина – 3237, Казахстан – 686, Абхазия – 409, Азербайджан – 187, Узбекистан – 183, Таджикистан – 141, Армения – 107, Республика Молдова – 101, Эстония – 94, Киргизия – 65 [4, с. 252-253].

Среди стран дальнего зарубежья число въездных туристских поездок в 2021 году распределяется следующим образом (выделены первые 10 стран, тыс. ед.): Абхазия – 633, Германия – 92, Куба – 76, Турция – 58, Индия – 39, Финляндия – 27, США – 24, Франция – 22, Италия – 22, Китай – 18. В

2020 году распределение по странам следующее (тыс. ед.): Финляндия – 165, Польша – 112, Китай – 82, Германия – 53, Монголия – 45, Турция – 37, Республика Корея – 34, Франция – 32, Израиль – 31, Италия – 22 [4, с. 252-253].

Выездной туризм определяется как путешествие посетителя с момента отъезда из страны постоянного проживания до момента возвращения. Всего в 2021 году граждане Российской Федерации совершили 19 199 тысяч поездок в зарубежные страны, в 2020 году – 12 361 тысяча поездок. Лидерами по числу поездок российских граждан в страны ближнего зарубежья стали в 2021 году следующие страны (тыс. ед.): Украина – 1969, Казахстан – 494, Армения – 432, Эстония – 207, Киргизия – 233, Азербайджан – 158, Узбекистан – 153, Республика Молдова – 145, Литва – 108, Таджикистан – 65. В 2020 году (тыс. ед.): Украина – 1282, Казахстан – 616, Эстония – 401, Армения – 146, Литва – 131, Азербайджан – 116, Грузия – 108, Латвия – 103, Киргизия – 75, Узбекистан – 39 [4, с. 253-254].

Среди стран дальнего зарубежья число выездных туристских поездок в 2021 году распределяется следующим образом (выделены 10 стран по наибольшему числу поездок, тыс. ед.): Абхазия – 5141, Турция – 4726, Египет – 933, Объединённые Арабские Эмираты – 580, Кипр – 536, Германия – 263, Греция – 224, Финляндия – 233, Мальдивы – 161. В 2020 году среди лидеров по числу выездных туристских поездок (тыс. ед.): Абхазия – 2805, Турция – 2090, Финляндия – 775, Таиланд – 483, Объединённые Арабские Эмираты – 360, Германия – 264, Польша – 219, Италия – 193, Вьетнам – 183, Китай – 142 [4, с. 253-254].

Российским статистическим ежегодником не приводятся методологические пояснения в части характеристики «внутреннего туризма». Под данным видом туризма в научном сообществе понимается путешествия посетителей в границах своей страны проживания. Всего в 2021 году численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по России, составила 10 458,2 тысяч человек, в то время как в 2020 году – 6 462,6 тысяч человек [4, с. 255].

Внутренний туризм для Российской Федерации имеет не только важное экономическое значение, но и социокультурное – осуществляется знакомство с культурами коренных народов, наций, происходит гуманизация отношений между людьми.

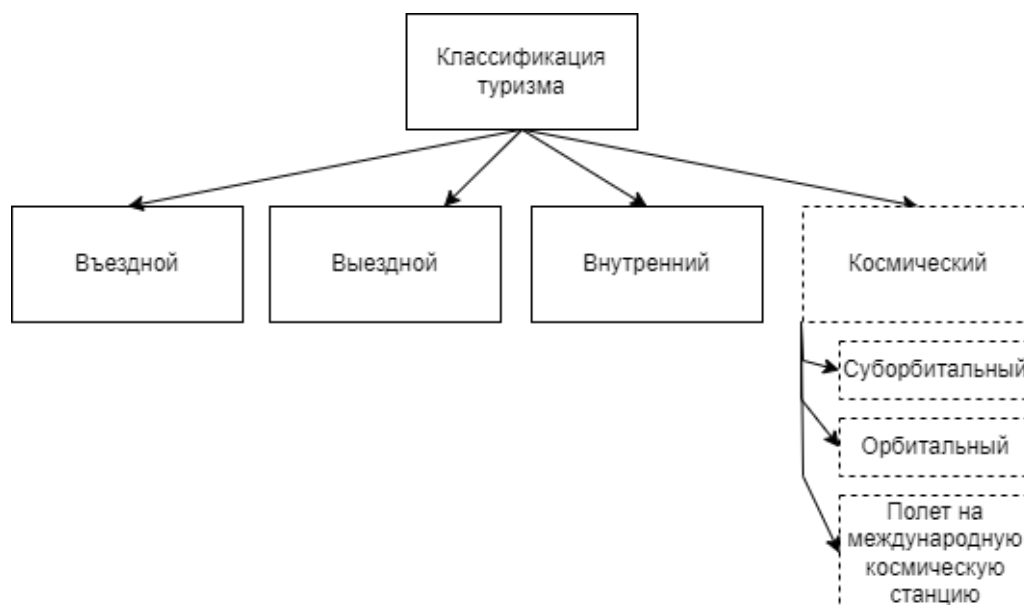
Вместе с тем туристские поездки в границах страны постоянного проживания позволяют не только познакомиться с культурой разных регионов Российской Федерации, но и определить своё место в культурно-общественной жизни своей страны, а также в глобальном мире. Каждый турист несет в себе определенный набор установок социума, в котором происходила его социализация, а также культурный код. С каждым путешествием турист начинает лучше понимать своё «Я»; происходит его самоидентификация в рамках каждого конкретного «культурного поля».

С позиции экономической науки въездной туризм и внутренний туризм являются направлениями туризма, создающими мультипликативный эффект как для регионов, так и для страны, принимающей туристские потоки, включая экскурсионные потоки: здесь и увеличение доходов в бюджеты всех уровней бюджетной системы нашей страны, и создание новых рабочих мест. В то же время повышается качество жизни населения, формируется нравственная платформа развития гражданского общества.

Для многонационального российского общества развитие внутреннего туризма является основой осуществления межкультурного диалога, преодоления культурных барьеров и установления диалога между представителями различных культур.

Активное развитие внутреннего туризма позволяет привнести в каждый регион нашей страны достижения культуры, способствуя улучшению социально-экономических связей между различными культурами. Одновременно с этим важной составляющей развития любой сферы, в том числе туризма, является наличие в конкретный период времени благоприятных условий и факторов.

В настоящее время совершенно новым в жизни общества является ещё один вид туризма – космический туризм. Индустрия космического туризма активно развивается, несмотря на высокую стоимость услуг и требование к наличию специальной подготовки. Сегодня доступны три типа полетов в космос: суборбитальные (космический аппарат не выходит на орбиту и за пределы верхних слоев атмосферы, поднимаясь на высоту не более 100 километров), орбитальные (корабль покидает 100-километровую зону), полет на международную космическую станцию (путешествие не только на орбиту, но и пребывание на международной космической станции) [2, с. 87]. В настоящее время уже насчитывается более 12 полетов на международную космическую станцию. Представляет научный интерес включение РБК в топ-100 профессий будущего, популярность которых будет в ближайшие 30 лет только расти, пилота коммерческих космических кораблей, гида в сфере космического туризма, инженера систем жизнеобеспечения и обобщенных узких специалистов в сфере космоса [5]. Развитие космических программ, исследование космического пространства в целях предоставления услуг по туристским полетам в космос позволяют авторам определить космический туризм в одной классификации с въездным, выездным и внутренним туризмом согласно рисунку 2.



*Рис. 2. Классификация видов туризма по территориальному признаку (авторский подход)*

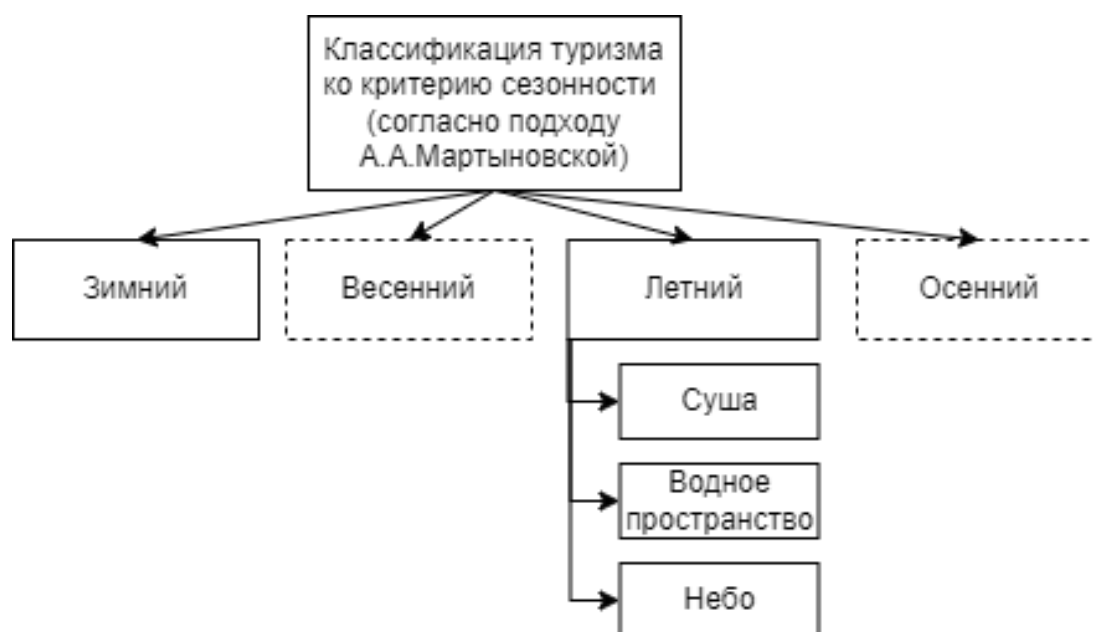
Представляет научный интерес подход А. А. Мартыновской, в рамках которого проводится классификация туризма по критерию сезонности на зимний и летний согласно рисунку 3. Данный критерий является отражением зависимости различных видов туристских активностей от времени года. В свою очередь, зимний туризм включает такие туристские активности как лыжный туризм, горные лыжи, сноубординг, скитур, путешествия на снегоходах, а также собачьих упряжках. При рассмотрении летнего туризма разложить его в рамках данного подхода на виды сразу нецелесообразно, требуется определить три «места» назначения: суша, водное пространство, небо. В части туризма на суше выделяется велосипедный, пешеходный туризм, спелеотуризм, походы, альпинизм и скалолазание. На водном пространстве формирование видового состава туризма осуществляется в зависимости от различных средств для плавания. Здесь представлены морской каякинг, рафтинг, виндсёрфинг, сёрфинг, водные лыжи, кайтинг, дайвинг, сплав по рекам.

Туризм в небе в настоящее время представлен полетами на спортивных самолетах, воздушном шаре, прыжками с парашютом, дельтапланеризмом и парапланеризмом [3, с. 87-88].



*Рис. 3. Классификация туризма по критерию сезонности*

С учетом подхода А. А. Мартыновской, по мнению авторов, целесообразным является классификация туризма по критерию сезонности, согласно которому помимо зимнего и летнего туризма как отдельные виды туризма выделяются весенний и осенний туризм согласно рисунку 4.



*Рис. 4. Классификация туризма по критерию сезонности (авторский подход)*

Зимний туризм, на взгляд авторов, можно разделить на горный и наземный. В рамках горного туризма наиболее популярными видами туризма являются горные лыжи и слалом, сноубординг и сноутюбинг. В числе популярных наземных видов зимнего туризма: конно-санные и снегоходные туры, прогулки с использованием сношоу и снегоступов,

путешествия на туристических поездах (например, на поезде «Мороз-Экспресс» в Великий Устюг).

Весенний туризм, по мнению авторов, является комбинированным, охватывая и некоторые зимние виды туризма, в частности горнолыжный туризм (в Красной Поляне), катание на собачьих упряжках (на Крайнем Севере). Однако самыми популярными видами туризма в данное время года являются треккинг, хайкинг, скалолазание ввиду комфортных погодных условий, а также сплавы различной сложности ввиду весеннего подъема воды, позволяющего быстрее (чем в летний сезон) преодолевать различные препятствия. Особой популярностью пользуется флоритурим как в России (Крым, Байкал), так и в странах дальнего зарубежья (цветущий Сеул в Корее, тюльпановый сад Кекенхофф в Нидерландах и иные).

Летний туризм, на взгляд авторов, включает следующие виды туризма: пляжные, экскурсионные, спортивные и сити-туры. Первые два вида являются традиционными, спортивные же туры представлены такими направлениями как рафтинг, конные походы, трекинг, дайвинг, альпинизм, полеты на дельтаплане, вертолетные туры и иными. Сити-туры становятся популярными у туристов, которые хотят путешествовать чаще, чем раз или два в год. Самыми посещаемыми городами в рамках данного вида туризма являются Санкт-Петербург, Москва, Казань, города Золотого кольца, Нижний Новгород. В том числе в летнее время особой популярностью пользуются круизные туры: речные и морские.

Туризм в осенний период, по мнению авторов, имеет также свою отличительную сезонную особенность – увеличение числа поездок в целях сбора грибов и ягод, или иначе «потребительский туризм». Также в этот период актуальны курортный туризм (включая санатории и турбазы), треккинг и хайкинг.

Рассмотрим классификацию Е. В. Винтайкиной, основанную на различных видах мотивации туристов, согласно рисунку 5:

1) природные, являющиеся в большей мере определяющими при выборе направления путешествия. Здесь море, горы, климат, флора и фауна. Указанные категории предопределяют опережающее развитие конкретных видов туризма (морского, горного, спортивного), а также иных туристских направлений (экологические тропы и другие). Зачастую данный мотив преобладает у городского населения, желающего отдохнуть, поучаствовать в активных спортивных мероприятиях, почувствовать эмоциональный подъем и физическое совершенствование на природных ландшафтах;

2) культурные, основным содержанием которых является знакомство с культурным наследием страны: историческими местами, памятниками, музеями, народным искусством и другими. В настоящее время в широком доступе различные квесты, туры выходного дня, позволяющие реализовать данный мотив;

3) экономические, включающие факторы стоимости самого путешествия: проживания, питания, транспортные, экскурсионные и иные услуги. Следует отметить следующую закономерность: увеличение доходов

туристов оказывает существенное влияние на выбор новых туристских мест назначения;

4) психологические или внутренние мотивы, возникающие на основании психологических потребностей туристов [1, с. 9].



*Рис. 5. Классификация видов туризма по видам мотивов*

По мнению авторов, природные мотивы являются важнейшим критерием при выборе туристской дестинации. В частности, городское население отдает большее предпочтение отдыху на природных ландшафтах, включающему как простые формы (пешие, велосипедные путешествия и иные), так и сложные, зачастую требующие специальной подготовки (горный, морской туризм).

В рамках культурных мотивов, рассматриваемых как желания туристов ознакомиться с объектами, составляющими культурное наследие страны, авторами акцентируется внимание на основании («базисе») данных мотивов: интересах, увлечениях, хобби каждого конкретного туриста.

Экономические мотивы, по мнению авторов, определяют критерии таких элементов путешествия как вид размещения (гостиница, отель, хостел и иные), наличие дополнительных услуг (завтрак, полный пансион, возможность путешествия с домашними животными и иные), транспортное обслуживание (воздушным, железнодорожным, автомобильным транспортом или иным).

Психологические мотивы, на взгляд авторов, определяют вид отдыха: активный, побуждающий к путешествиям в различные туристские дестинации, или пассивный, не предполагающий физической активности.

Дополнительно авторами предлагается включение к вышеперечисленным мотивам социального мотива, заключающегося в необходимости периодических путешествий туристами в места своего рождения, юности, а также места проживания своих родных и близких. Классификация туризма по видам мотивов с учетом указанного дополнения представлена на рисунке 6.



*Рис. 6. Классификация видов туризма по видам мотивов  
(авторский подход)*

Рассмотренные классификации туризма не являются исчерпывающими по причине постоянного развития сферы туризма: возникновение новых направлений, разновидностей является ответом на потребительские запросы, интересы и ценности.

В настоящее время отдельные классификации видов туризма достаточно широко раскрыты в литературе (учебных пособиях, монографиях, статьях), малоизученными остаются следующие виды туризма: гастрономический, шоп-туризм, свадебный, патриотический туризм. Данному перечню внимание исследователей стало уделяться только в последнее десятилетие. Новизна данных видов на рынке туристских услуг станет фактором их продвижения и максимизации раскрытия их экономического потенциала.

Именно сегодня в условиях роста спроса на внутренний туризм со стороны государства требуется совершенствование управления в сфере туризма с целью перехода от формирования общего набора инструментов развития туристской индустрии всех видов туризма к конкретному с привязкой к региональной (территориальной) составляющей.

### **Список литературы**

1. Винтайкина Е. В. Проблемы классификации в туризме и туристском образовании // Вестник Московского университета МВД России. – 2010. – № 10. – С. 8-12.
2. Кузнецов Ф. А. Инновационные направления развития государственного и частного сектора на мировом рынке аэрокосмических услуг // Российский внешнеэкономический вестник. – 2020. – № 10. – С. 85-99.
3. Мартыновская А. А. Активный туризм: специфика продукта // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 45. – С.86–89. URL: <http://e-koncept.ru/2016/76361.htm> (дата обращения: 03.08.2023).
4. Российский статистический ежегодник. 2022: Стат.сб. / Росстат. – М., 2022 – 691 с.
5. 100 профессий будущего. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5d6e48529a7947777002717b#p19> (дата обращения: 10.08.2023).