

Исходя из этого, можно сделать вывод, что негативное восприятие лоббизма не лишено оснований, но, как утверждают сами лоббисты, их негативный имидж сильно преувеличен. В конечном итоге лоббизм вполне может рассматриваться как одну из форм пиара или общественной дипломатии, основная заповедь которых — запрет на откровенную ложь. Как отмечалось ранее, использование информационных рекламных кампаний привело к изменению принципов организации политического давления и рекламные кампании заняли очень важное место в современной лоббистской деятельности.

Список литературы:

1. Белевцева Е. В. Организованные группы интересов российского бизнеса: формы и способы лоббистской деятельности: Дис. ... канд. полит. наук. — Москва, 2015. — 174 с.
2. Толмачева И.А. Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью. — М.: Эксмо, 2011. — 162 с.
3. Актуальные критерии оценки эффективности для различных категорий PR-деятельности [Электронный ресурс]: Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью. — Режим доступа: <http://www.akospr.ru/standarty-industrii/kpi>.
4. Лоббизм в России [Электронный ресурс] // Информационно-новостной портал о лоббировании. — Режим доступа: <http://lobbying.com.ua/news/1-0-11>.
5. Профессиональный стандарт по связям с общественностью [Электронный ресурс] // Российская ассоциация по связям с общественностью. — Режим доступа: http://www.raso.ru/news/news10266.html?PAGEN_1=4&SIZEN_1=5.

УДК 311.1:338.48

Чекулина Т.А., Димитрова Е.В.

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СУБЪЕКТОВ РФ ПО ЧИСЛУ ТУРФИРМ

Чекулина Татьяна Александровна, доктор экономических наук, декан факультета бизнеса и рекламы, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tatyana-1002@mail.ru

Димитрова Екатерина Викторовна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: dimitrova-katerina@mail.ru

В статье представлены результаты статистического исследования дифференциации субъектов РФ по числу турфирм, что объясняется неуклонным ростом влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов. Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится сейчас значимым сектором экономики.

Ключевые слова: экономика региона, группировка туристических фирм, дифференциация по числу турфирм, рынок туризма.

Одна из наиболее важных, постоянных и долгосрочных тенденций, сопутствующая формированию и развитию мирового хозяйства, — неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов. Становится очевидным превращение туризма в крупную самостоятельную отрасль национальной экономики, деятельность которой направлена на удовлетворение специфических потребностей населения.

На сегодняшний день туризм по России может достойно соперничать со многими по-

пулярными заграничными турами. В первую очередь это возможно благодаря богатству русской культуры, которая считается в мире одной из самых многосторонних и интересных. Кроме этого, в последние годы по всей стране активно развивается туристическая инфраструктура, возводятся современные отели и рекреационные комплексы, начинается реконструкция давно существующих объектов.

Туризм оказывает влияние на экономику региона и одновременно зависит от нее. Во многих странах туризм входит в тройку ведущих отраслей страны, развивается довольно быстрыми темпами и имеет важное социальное и экономическое значение, так как:

- увеличивает местный доход, создает новые рабочие места;
- развивает все виды деятельности, связанные с производством туристских услуг;
- развивает социальную и производственную инфраструктуру в туристских центрах;
- активизирует деятельность центров народных промыслов и развитие культуры;
- обеспечивает рост уровня жизни местного населения;
- увеличивает валютные поступления [2].

Согласно данным официального сайта Ассоциации туроператоров России, страна занимает одно из ведущих мест в мире в сфере международного туризма. За 2011 год Россия приняла около 20 млн международных визитеров. Доходы России от международного туризма в 2011 году составили \$11,4 млрд. Россия обладает богатым культурным наследием и природным разнообразием. В стране находится 24 объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО. Различные регионы и этносы в России имеют большое разнообразие традиций [3].

В сложившихся условиях экономического спада, инфляции, роста цен, снижения доходов и курса российской валюты, ухудшения уровня жизни растет беспокойство населения по поводу направлений денежных расходов и целесообразности вложения их в путешествия. В связи с этим встает необходимость более детального изучения динамики и структуры российского туристического рынка на современном этапе.

Выполним статистическое исследование числа турфирм субъектов РФ за период с 2010 по 2014 гг. Используя данные о числе турфирм субъектов РФ за период с 2010 по 2014 годы [4], построим группировки субъектов РФ по исследуемому признаку. Результаты представим в таблицах 1, 2.

Таблица 1 – Группировка субъектов РФ по числу турфирм за 2010 г.

Группировка субъектов РФ по числу турфирм за 2010 г.	Число субъектов РФ	Название субъектов РФ
До 1	13	Воронежская обл., Респ. Коми, Респ. Адыгея, Респ. Калмыкия, Респ. Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Респ., Респ. Марий Эл, Респ. Мордовия, Чувашская Республика, Ямало-Ненецкий автономный округ, Курганская обл.
1-3	17	Белгородская обл., Брянская обл., Курская обл., Орловская обл., Рязанская обл., Смоленская обл., Тамбовская обл., Респ. Северная Осетия, Оренбургская обл., Респ. Югра, Респ. Алтай, Респ. Тыва, Респ. Хакасия, Омская обл., Магаданская обл., Еврейская автономная область, Кировская обл.
3-11,34	23	Ивановская обл., Костромская обл., Липецкая обл., Тверская обл., Тульская обл., Архангельская обл., Ленинградская обл., Мурманская обл., Новгородская обл., Волгоградская обл., Ставропольский край, Респ. Башкортостан, Удмуртская Респ, Пермский край, Пензенская обл., Самарская обл., Саратовская обл., Ульяновская обл., Тюменская обл., Челябинская обл., Кемеровская обл., Томская обл., Респ. Саха.

11,34-19,68	14	Калужская обл., Ярославская обл., Респ. Карелия, Псковская обл., Респ. Татарстан, Нижегородская обл., Свердловская обл., Респ. Бурятия, Алтайский край, Забайкальский край, Красноярский край, Новосибирская обл., Амурская обл., Сахалинская обл.
19,68-28,02	4	Вологодская обл., Калининградская обл., Иркутская обл., Камчатский край.
28,02-36,36	3	Владимирская обл., Московская обл., Санкт-Петербург
36,36-44,7	0	
44,7-53,04	5	Астраханская обл., Краснодарский край, Ростовская обл., Приморский край, Хабаровский край
Более 53,04	1	г. Москва
Итого	80	

Таблица 2– Группировка субъектов РФ по числу турфирм за 2014 г.

Группировка субъектов РФ по числу турфирм за 2014 г.	Число субъектов РФ	Название субъектов РФ
До 1	28	Брянская обл., Ивановская обл., Курская обл., Рязанская обл., Смоленская обл., Тамбовская обл., Тверская обл., Респ. Коми, Псковская обл., Респ. Адыгея, Респ. Калмыкия, Респ. Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Респ. Северная Осетия, Ставропольский край, Респ. Башкортостан, Респ. Марий Эл, Респ. Мордовия, Удмуртская Респ., Ульяновская обл., Чувашская Республика, Ямало-Ненецкий автономный округ, Челябинская обл., Респ. Тыва, Алтайский край, Томская обл., Курганская обл.
1-3	24	Белгородская обл., Волгоградская обл., Калужская обл., Красноярский край, Костромская обл., Орловская обл., Ярославская обл., Архангельская обл., Ленинградская обл., Липецкая обл., Чеченская Респ, Нижегородская обл., Омская обл., Оренбургская обл., Пензенская обл., Саратовская обл., Тюменская обл., Респ. Югра, Респ. Бурятия Кемеровская обл., Новосибирская обл., Амурская обл., Магаданская обл., Еврейская автономная обл.
3-9,67	16	Воронежская обл., Тульская обл., Вологодская обл., Калининградская обл., Московская обл., Мурманская обл., Новгородская обл., Ростовская обл., Кировская обл., Самарская обл., Свердловская обл., Респ. Хакасия, Забайкальский край, Иркутская обл., Респ. Саха, Сахалинская обл.
9,67-16,34	6	Владимирская обл., Респ. Карелия, Респ. Татарстан, Пермский край, Приморский край, Хабаровский край.
16,34-23,01	2	Респ. Алтай, Камчатский край.
23,01-29,68	1	Краснодарский край
29,68-36,35	0	
36,35-43,02	1	Санкт-Петербург
Более 43,02	2	г. Москва, Астраханская обл.
Итого	80	

Результаты группировки позволили сформулировать вывод о том, что в 2010 году самое низкое число турфирм субъектов РФ наблюдается в следующих регионах: Воронежской области, Республике Коми, Республике Адыгее, Республике Калмыкии, Республике Даге-

стане, Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесской Республике, Чеченской Республике, Республике Марий Эл, Республике Мордовии, Чувашской Республике, Ямало-Ненецком автономном округе, Курганской области; самое высокое число турфирм субъектов РФ в Астраханской области, Краснодарском крае, Ростовской области, Приморском крае, Хабаровском крае и г. Москве.

Результаты группировки позволили сформулировать вывод о том, что в 2014 году самое низкое число турфирм субъектов РФ наблюдается в следующих регионах: Брянской области, Ивановской области, Курской области, Липецкой области, Рязанской области, Смоленской области, Тамбовской области, Тверской области, Республике Коми, Псковской области, Республике Адыгее, Республике Калмыкии, Республике Дагестане, Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Северная Осетия, Ставропольском крае, Республике Башкортостан, Республике Марий Эл, Республике Мордовии, Удмуртской Республике, Ульяновской области, Чувашской Республике, Ямало-Ненецком автономном округе, Челябинской области, Республике Тыве, Алтайском крае, Омской области, Томской области, Курганской области; самое высокое число турфирм субъектов РФ в Санкт-Петербурге г. Москве, Астраханской обл.

Сравнивая результаты двух группировок, можно выделить субъекты РФ с устойчиво низкими и устойчиво высокими значениями исследуемого показателя. Устойчиво низкое число турфирм наблюдается в Республике Адыгее, Республике Калмыкии, Республике Дагестан, Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Марий Эл, Республике Мордовии, Чувашской Республике, Ямало-Ненецком автономном округе, Курганской обл. Устойчиво высокое число турфирм наблюдается в Республике Алтай, Камчатском крае, Краснодарском крае, Москве и Астраханской обл.

В Орловской области наиболее активно развивается лечебно-оздоровительный вид туризма. Под лечебно-оздоровительными учреждениями понимаются различные организации (лагерь, санаторий), предоставляющие услуги размещения для детей, приезжающих для отдыха и оздоровления.

В таблице 3 представлены данные о детских оздоровительных учреждениях за 2011-2014 гг. в Орловской области [5].

Таблица 3 – Статистические данные о детских оздоровительных учреждениях за 2011-2015 гг. в Орловской области

	2011	2012	2013	2014	2015
Число детских оздоровительных учреждений – всего, единиц, в том числе:	425	401	378	367	356
загородные стационарные	13	13	13	13	12
с дневным пребыванием	394	405	381	348	339
Численность детей, отдохнувших в детских оздоровительных учреждениях за лето, – всего, тыс. человек, из них:	34,3	35,5	35,1	32,8	32,0
загородных стационарных	9,2	9,3	9,0	8,6	8,1
с дневным пребыванием	23,3	24,0	24,0	22,3	22,3

По данным таблицы 3 видно, что с каждым годом число детских оздоровительных учреждений падает – по сравнению с 2011 годом в 2015 году их число упало на 69 единиц. Также мы видим, что коэффициент численности детей, отдохнувших в детских оздоровительных учреждениях за лето, колеблется и по сравнению с 2011 годом в 2015 году их численность упала на 2,3 тыс. чел.

Таким образом, результаты статистического исследования можно рекомендовать использовать в целях оптимизации туристского бизнеса для формирования имиджа регионов России на внутреннем и мировом рынке туризма.

Целесообразным является разработка программных мероприятий, позволяющих развивать регионы РФ, где туризм мало развит и где малое количество турфирм (в Республике Коми, Республике Адыгее, Республике Калмыкии, Республике Дагестан, Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесской Республике, Чеченской Республике, Республике Марий Эл, Республике Мордовии, Чувашской Республике, Ямало-Ненецком автономном округе, Курганской области), а именно:

- продвигать туристский продукт на российских и международных туристских рынках;
- поддерживать систему подготовки кадров в сфере туризма;
- оказать государственную поддержку субъектам туристской индустрии;
- развивать приоритетные проекты в сфере туризма.

Осуществление этих мероприятий позволит:

- 1) увеличить число организаций, реализующих свою деятельность в сфере въездного и внутреннего туризма на территориях этих регионов;
- 2) увеличить количество и улучшить качество услуг, оказываемых организациями сферы въездного и внутреннего туризма;
- 3) повысить образовательный уровень предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере въездного и внутреннего туризма;
- 4) повысить уровень информированности о туристских предложениях регионов;
- 5) повысить привлекательность и конкурентоспособность туристского комплекса;
- 6) привлечь дополнительные инвестиции в сферу въездного и внутреннего туризма на территориях этих регионов.

Список литературы:

1. Бухтоярова И.В. Статистический анализ рынка туристских услуг в России // Туристические услуги в РФ. – 2010. – 185 с.
2. Факторы развития туризма и Российский туррынок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nezachetovnet.ru/ready/economics/page-47/?id=a2864>.
3. Научный журнал «Молодой ученый»: Роль туристской деятельности в экономике Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/58/8183/>
4. Единый федеральный реестр туроператоров – Численность работников турфирм в регионах ЦФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://reestr.russiatourism.ru/>.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/resources/6e6042804cea27599531d54fc772e0bb/%D1%81%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA2016.pdf
6. Чекулина Т.А. Использование модели информационно-аналитической бизнес-среды в целях совершенствования информационного пространства предпринимательской деятельности // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – № 3 (21). – С. 20-24.
7. Шмарков М.С., Гудименко Г.В. Современные средства повышения конкурентоспособности туристской организации на региональном рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – № 3 (25). – С. 74-77.
8. Шмарков М.С. Новый подход к управлению стратегической устойчивостью предприятия туризма // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2012. – № 2-1. – С. 224-230.