

Оригинальная статья  
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-2

Нурмухаметова В. В.

**Состояние и перспективы развития внутреннего туризма в Республике Татарстан (по материалам эмпирического исследования)**

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет  
имени В.Г. Тимирязева» (ИЭУП),  
ул. Московская, 42, Казань 420111, Республика Татарстан, Россия  
e-mail: Viktonur@yandex.ru

*Статья поступила 20 августа 2022 г.; принята 12 сентября 2022 г.;  
опубликована 30 сентября 2022 г.*

**Аннотация.** Результаты исследования, проведенного автором, позволили выявить ключевые ориентации жителей Республики Татарстан в сфере внутреннего туризма в условиях постпандемии и санкционного режима. Анализ показал, что большинство респондентов совершали самостоятельно организованные туристические поездки по региону за последние два года, что предъявляет высокие требования к уровню развития туристической и информационной инфраструктуры в республике. Большая часть респондентов нацелена на однодневные путешествия по Татарстану, туры выходного дня, траты на которые не превышают 5 тыс. руб. на человека. Респонденты отдают предпочтение активному туризму внутри республики, но также в числе популярных занятий указали отдых на пляже и на даче, что в современных реалиях позволяет компенсировать поездки за рубеж или дорогостоящие курорты России. Выявлена популярность познавательного и событийного туризма для респондентов, что обусловлено богатой историей региона. Казань подтвердила свое первое место в рейтинге самых популярных туристических направлений среди жителей Республики Татарстан, но в перспективе будущих путешествий фигурируют малые города региона с самобытной историей и культурой, либо с потенциалом промышленного туризма. Исходя из фактов, характеризующих состояние внутреннего туризма в республике, определены перспективы его развития: активизация событийного туризма, создание туристических продуктов для различных возрастных категорий, дальнейшая цифровизация туристической отрасли республики, развитие туристического брендинга малых городов, подготовка квалифицированных кадров для сферы туризма и гостеприимства.

**Ключевые слова:** туризм; внутренний туризм; туристическая привлекательность, туристический потенциал

**Для цитирования:** Нурмухаметова В. В. Состояние и перспективы развития внутреннего туризма в Республике Татарстан (по материалам эмпирического исследования) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (3). С. 14-29. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-2

UDC 338.48

Victoria V. Nurmukhametova

**The state and prospects of development of domestic tourism  
in the Republic of Tatarstan (based on empirical research)**

Timiryasov Kazan Innovative University (IEMML),  
42, Moskovskaya St., Kazan 420111, Republic of Tatarstan, Russia  
e-mail: Viktonur@yandex.ru

**Abstract.** The results of the research conducted by the author made it possible to identify the key orientations of residents of the Republic of Tatarstan in the field of domestic tourism in the post-pandemic and sanctions regime. The analysis showed that the majority of respondents have made self-organized tourist trips in the region over the past two years, which places high demands on the level of development of tourism and information infrastructure in the republic. Most of the respondents are aimed at one-two-day trips around Tatarstan, weekend tours, the costs of which do not exceed 5 thousand rubles per person. Respondents gave preference to active tourism within the republic, but also indicated recreation at the beach and in the country among the popular activities, which in today's realities can compensate for trips abroad or expensive resorts in Russia. The popularity of educational and event tourism for respondents is revealed, which is due to the rich history of the region. Kazan has confirmed its first place in the ranking of the most popular tourist destinations among the residents of the republic, but in the perspective of future travel, small cities of the region with an original history and culture or with the potential of industrial tourism figure. Based on the facts characterizing the state of domestic tourism in the republic, the prospects for its development are determined: activation of event tourism, creation of tourist products for various age categories, further digitalization of the tourism industry of the republic, development of tourist branding of small towns, training of qualified personnel for tourism and hospitality.

**Keywords:** tourism; domestic tourism; tourist attraction; tourist potential

**For citation:** Nurmukhametova V. V. (2022), "The state and prospects of development of domestic tourism in the Republic of Tatarstan (based on empirical research)", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(3), pp. 14-29. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-2

**Введение (Introduction).** Туристическая отрасль России в последние годы столкнулась со множеством вызовов внешнего и внутреннего характера. Так, современный мир вступил в период пост-пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19. Тем не менее сохраняется неблагоприятная санитарная обстановка во всем мире, несмотря на ослабление ковидных ограничений, что в свою очередь осложняет развитие всех видов туризма. Поэтому одним из актуальных направлений исследований остается изучение влия-

ние пандемии на экономику туризма и гостеприимства в мире в целом (Davahli, 2020; Gössling, 2021; Scansano, 2021), в России и Республике Татарстан, в частности (Бардасова, 2021). Вкупе со сложившейся сложной геополитической обстановкой в мире и последствиями западных санкций, наложенных на Российскую Федерацию, ситуация в туристической отрасли еще больше усугубилась, были наложены новые ограничения. При этом положительным ответом на внешние вызовы стало развитие внутреннего туризма в России.

Но оно осложняется существующими внутренними вызовами: на туристической отрасли в значительной степени отразился общий рост цен на товары и услуги, параллельно выросли цены на услуги общественного питания, гостиничные и санаторно-курортные услуги внутри России при общем снижении реальных доходов населения России. Таким образом, особо актуальным становится вопрос изучения состояния и перспектив развития туризма внутри конкретного региона, в частности, Республики Татарстан.

По данным Федерального агентства по туризму за 2021 год, Республика Татарстан занимает третью строчку по численности граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения. Республика также занимает первое место среди субъектов Приволжского федерального округа по этому показателю (Численность..., 2022).

Отмечается, что на сфере туризма положительно сказываются удачное географическое положение регионов ПФО и наличие уникальных природных, культурно-исторических ресурсов, стабильная социально-политическая ситуация, институциональное обеспечение развития туризма, в большинстве регионов сложился благоприятный инвестиционный климат» (Кувалдина, 2020: 108). Согласно ежегодно представляемой Госкомитетом республики по туризму информации об итогах развития отрасли в регионе наблюдается устойчивый рост туристического потока в республику. В 2021 году происходит восстановление турпотока после ограничений, введенных на фоне распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 в 2020 году. Увеличить турпоток по сравнению с 2019 годом удалось Свияжску и Тетюшам (Информация..., 2022). Согласно исследования ВЦИОМ «Внутренний туризм в России: основные точки роста» (Внутренний туризм, 2020), Республика Татарстан занимает пятую позицию среди наиболее популярных туристических регионов за пять лет, ее конкурентами стали

бесспорные лидеры российского туристического рынка: Краснодарский край, Республика Крым, Санкт-Петербург, Москва. Также Казань вошла в пятерку мест, куда бы отправились респонденты с целью осмотра культурных достопримечательностей. Таким образом, данные Росстата и исследований общественного мнения свидетельствуют, что Республика Татарстан занимает одну из лидирующих позиций по популярности среди российских туристов.

При этом отмечается, что «недостаточно изучены установки и стереотипы населения в контексте восприятия туристических услуг, планирования туристических поездок по России» (Кабанова, 2016: 8). Выявление предпочтений потенциального туриста является одним из важнейших этапов управления туристической привлекательностью региона, города, конкретного объекта (Глебова, 2010), особенно, в сложившихся условиях интенсивного развития внутреннего туризма. Определение наиболее популярных направлений туризма, анализ ожиданий и предпочтений потенциальных туристов позволят создать наиболее точное представление о состоянии и перспективах развития туризма и разработать привлекательные туристические продукты.

Также в меньшей степени представлены исследования туристической привлекательности конкретного региона (Кабанова, 2015). Следовательно, особую актуальность имеют исследования, посвященные изучению состояния и направлений развития внутреннего туризма конкретных регионов России в современных условиях внешних и внутренних вызовов. Согласно исследованиям, Республика Татарстан обладает мощным туристическим и рекреационным потенциалом, высока ее туристическая привлекательность.

В работах, посвященных различным аспектам развития туризма в Республике Татарстан, отмечается разнообразие культурно-исторических памятников (Галимов, 2020; Кадыров, 2017; Юсупов, 2020), богатство природно-географических ресур-

сов и локаций, особо охраняемых природных территорий (Чернышева, 2019), большой потенциал для развития промышленного, событийного, познавательного и других видов туризма (Галеева, 2019; Глебова, 2010; Кадыров, 2012).

Определение состояния развития внутреннего туризма Республики Татарстан посредством эмпирического исследования позволяет наметить перспективы его дальнейшего развития, которые несомненно напрямую связаны с имеющимися в сфере развития внутреннего туризма региона проблемами, названными исследователями. Так, например, существуют проблемы с включением населенных пунктов Республики Татарстан в перечень исторических поселений федерального значения (Галимов, 2020), а значит, в них затруднительно сохранять отдельные памятники культуры и исторический облик. Важными проблемами развития туристической привлекательности региона являются недостаточное развитие информационной инфраструктуры, как в Интернет-среде, так и непосредственно в туристических дестинациях, несформированный имидж ряда туристических территорий, недостаточное количество специалистов в сфере туристических услуг и гостиничного сервиса, качество занятых работников в сфере туризма не всегда отвечает современным требованиям к их подготовке (Глебова, 2010; Кадыров, 2017; Муртазина, 2022). Существует недостаточная ориентированность на потребителей туристических услуг различных возрастных категорий, например, молодежи от 16 лет и старше. По данным исследования ВЦИОМ, «...особо важна популяризация российских регионов, их особенностей и достопримечательностей в молодежной среде. Туристические предпочтения российской молодежи отличаются от предпочтений людей старшего возраста. При этом молодые люди слабо информированы о российских регионах и их туристическом потенциале» (Внутренний туризм, 2020). Отмечается недостаточное развитие событийного и промышленного туризма в республике (Галеева, 2019; Ка-

дыров, 2012). В столице республики проведена эффективная работа по развитию ее туристической привлекательности, но при этом существует высокая конкуренция малых туристических объектов республики с туристическими центрами, уже завоевавшими признание туристов, и обладающими более высоким туристическим потенциалом. В этом отношении предстоит большая работа над имиджем территорий на всех уровнях: власти, бизнеса, науки и общества.

**Цель исследования (The aim of the work).** Основной целью данного исследования является определение состояния и перспектив развития внутреннего туризма в Республике Татарстан. Задачей исследования являлось выявление предпочтений жителей региона в туристической сфере республики, а именно: установить наиболее популярные направления туризма внутри региона; выявить наиболее предпочтительные виды внутреннего туризма для жителей Республики Татарстан; раскрыть соотношение организованной и неорганизованной форм отдыха жителей Республики Татарстан внутри региона; определить оптимальные финансовые затраты, на которые могут пойти жители Республики Татарстан во время посещения туристических мест в регионе.

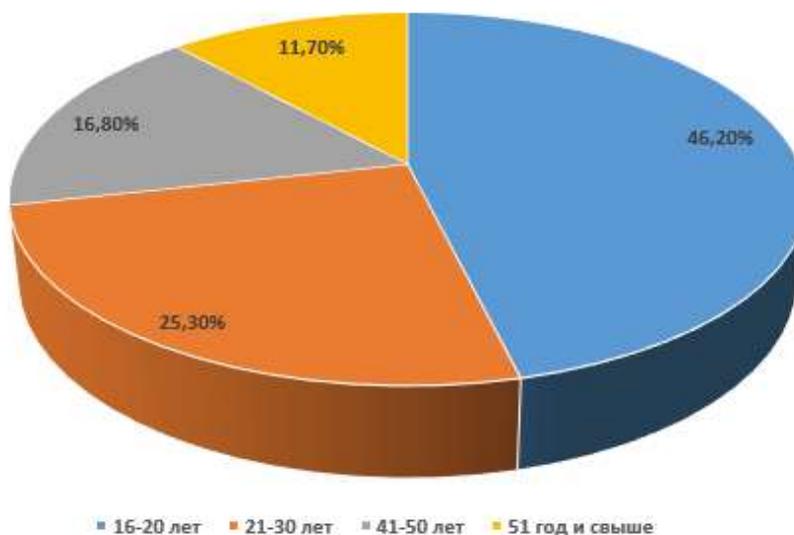
Гипотеза исследования строится на предположении, что жители Республики Татарстан отдают наибольшее предпочтение познавательному туризму в пределах региона, а, следовательно, высокой степенью привлекательности пользуются культурно-исторические достопримечательности столицы республики, г. Елабуга и г. Чистополь, которые они посещают чаще всего самостоятельно и совмещают с какими-либо событиями культурного, этнографического, спортивного, выставочного или иного характера.

**Материалы и методы исследования (Materials and Methods).** Исходными материалами стали результаты социологического исследования, проведенного в апреле – мае 2022 года, где респондентами выступили жители Республики Татарстан в возрасте от

16 лет и старше. Анкетирование проводилось на анонимной основе посредством цифрового инструмента Google form. В ходе исследования применялись методы анкетирования, группировки данных, сравнения, ранжирования, анализа и синтеза данных.

**Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).** Проведенное исследование позволило опреде-

лить состояние и наметить перспективы развития внутреннего туризма в Республике Татарстан с учетом результатов имеющихся научных исследований в данной области. В опросе приняли участие 600 респондентов, из них 77% женщин и 23% мужчин. Распределение по возрастному составу опрошенных представлено на рисунке 1.

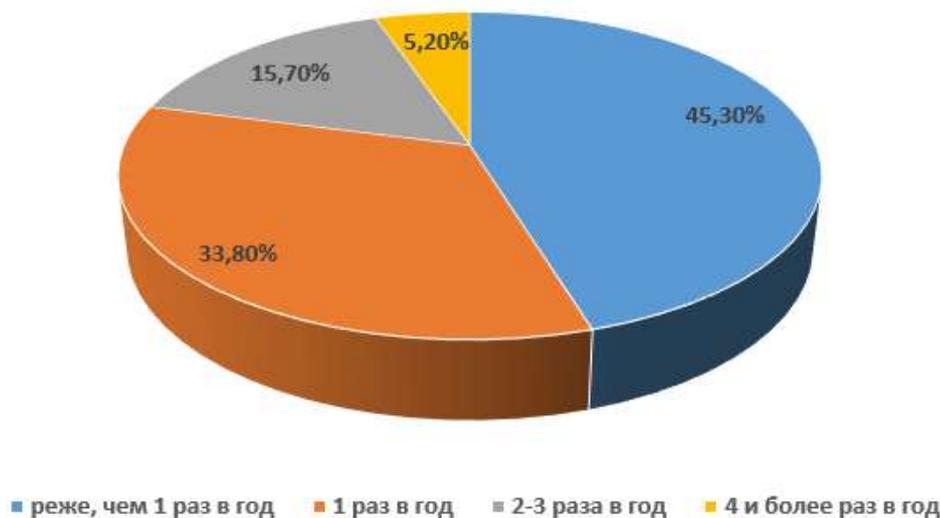


**Рис. 1. Распределение респондентов по возрастному признаку**  
**Fig. 1. Distribution of respondents by age**

Результаты исследования ВЦИОМ «Внутренний туризм в России: основные точки роста» показали, что 41% опрошенных россиян совершают туристические поездки реже, чем один раз в год (Внутренний туризм, 2020). Выяснилось, что жители Республики Татарстан не исключение: реже, чем раз в год, путешествуют 45,3% опрошенных. Чуть более трети респондентов, а это 33,8%, совершают туристические поездки раз в год, лишь 5,2% опрошенных отправляются путешествовать более 4 раз в год (рис. 2).

При этом чуть менее трети татарстанцев (32,7%) признались, что не совершали туристические поездки по Республике Татарстан за последние два года, отмеченные ковидными ограничениями, не только международного, но и регионального масштаба. Большая доля опрошенных, которые совершали такие поездки, а

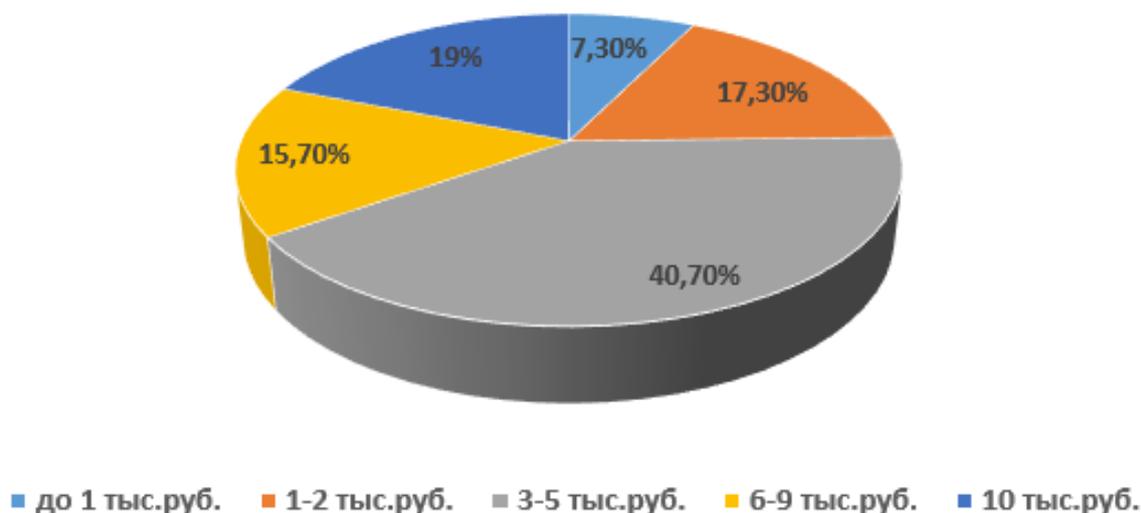
это 83,4%, ответили, что предпочитают путешествовать, самостоятельно организовывая и продумывая туристические маршруты. Лишь 6% респондентов обращались в туристические агентства для организации поездок по региону. 10,6% опрошенных указали, что некоторые поездки организовывали самостоятельно, а некоторые через туристические агентства. Низкую востребованность услуг туристических агентств в организации туров для жителей Республики Татарстан возможно объяснить тем, что попасть в любую точку региона можно в течение нескольких часов на личном автомобиле или общественном транспорте, а информацию о туристических объектах можно найти в сети Интернет. Поэтому туристы предпочитают планировать и организовывать отдых в пределах республики самостоятельно.



**Рис. 2. Частота туристических поездок**  
**Fig. 2. Frequency of tourist trips**

Жители Республики Татарстан планируют бюджет туристических поездок внутри региона. Так, почти четверть опрошенных (24,6%) готовы выделить сумму до 2 тыс. руб. на одного человека. 40,7% – от 3 до 5 тыс. руб., 15,7% – от 6 до 9 тыс. руб. Почти пятая часть опрошенных (19%) смогут потратить на отдых внутри Республики Татарстан свыше 10 тыс. руб. на одного человека (рис. 3). Как правило, в бюджет закладываются транспортные расходы, расходы на проживание, питание, развлечения, экскурсии, сувениры и др. Интерпретируя полученные данные, мож-

но предположить, что большая часть респондентов нацелена на одно-двухдневные путешествия по Татарстану, туры выходного дня, траты на которые не превышают 5 тыс. руб. на человека. При этом не следует забывать, что виды туризма различаются по бюджету: так, поездка на фестиваль в г. Елабуга или лечение в санатории под г. Альметьевск предполагают различные финансовые затраты. Поэтому при создании туристических продуктов на территории региона стоит учитывать финансовые возможности татарстанцев.

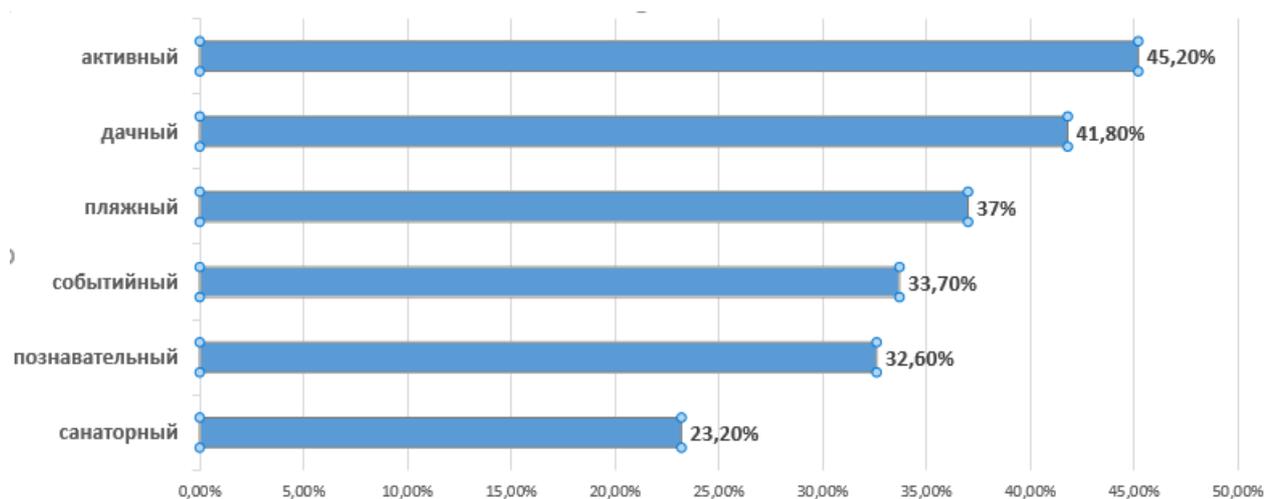


**Рис. 3. Бюджет туристической поездки на одного человека**  
**Fig. 3. Budget of a tourist trip for one person**

Исследователи различают разнообразные виды туризма, и в зависимости от различных критериев выстраивают их классификации. При этом отмечается, что ни одно из исследований видов туризма «не дает логически завершенную, полную классификацию их разновидностей» (Кабанова, 2018: 59). Поэтому респондентам были предложены те виды туризма, которые, согласно исследованиям, в наибольшей степени представлены в регионе. В результате анализа данных удалось определить наиболее предпочтительные виды туризма для респондентов – жителей республики. Как видно на рисунке 4, самыми популярными видами туризма у опрошенных стали активный туризм, отдых на даче и пляжный отдых.

Популярность активного туризма объясняется тем, что Республика Татар-

стан богата красивейшими природными ландшафтами, а рост популярности ориентации на здоровый и спортивный образ жизни мотивирует жителей республики совершать туристические вылазки на природу. Исследователи отмечают, что «одним из факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, является природно-географический, связанный с особенностями развития компонентов природы и природными комплексами определенной территории» (Чернышева, 2019: 137). Отметим, что растет привлекательность различных велосипедных и пеших туристических маршрутов, туристических троп. Так, например, респонденты упомянули «Путь Тукая» – вело-пешеходный туристический маршрут по родным местам поэта (Путь..., 2022).



**Рис. 4. Популярные виды туризма**  
**Fig. 4. Popular types of tourism**

Отдых на даче занял вторую позицию по популярности среди татарстанцев. В современных реалиях воздействия на туризм внешних вызовов именно он может стать заменой некоторых видов туризма. Отмечен повышенный спрос на покупку и аренду дач в 2022 году по данным сайта «Авито»: за истекший квартал интерес татарстанцев к покупке дач увеличился на 33%, за год – на 30%. По данным экспертов, спрос на покупку дачных участков

тоже вырос. Тенденцию сформировала пандемия COVID-19 (В «Авито», 2022). Исследователи отмечают, что спрос начал повышаться с 2020 года в связи с неблагоприятной санитарно-эпидемиологической обстановкой. Примечательно, что дачный отдых у респондентов возрастной категории 16-20 лет занял третью позицию по популярности после активного и пляжного туризма, что объясняется преимуществен-

но финансовой зависимостью опрошенных данного возраста от родителей.

Пляжный отдых – излюбленное летнее развлечение татарстанцев. Под влиянием внешних факторов они переориентировались на пляжи Татарстана. Это стоит учесть органам местного управления и частным инвесторам при оборудовании муниципальных или частных пляжей. Например, ряд респондентов отметили Камское море – протяженную зону летнего отдыха в населенном пункте Лаишево, где рекреационная зона включает в себя обустроенные площадки для активного и спокойного отдыха, курортную инфраструктуру и заведения общественного питания.

Отметим корреляционную зависимость популярности активного, дачного и пляжного видов отдыха от возраста опрошенных татарстанцев: чем старше респонденты, тем ниже их популярность.

Также достаточно популярными среди жителей республики являются познавательный и событийный туризм: данные виды отдыха выбрала треть опрошенных. Познавательный туризм занял уверенное первое место по популярности в возрастных категориях опрошенных 41-50 лет и 51 год и выше. Татарстан известен своей богатейшей историей и культурно-историческими памятниками, которые привлекают не только жителей региона, но и России в целом (Галимов, 2020; Кадыров, 2017; Юсупов, 2020). А объектов культурного наследия в республике насчитывается более 1600 (Перечень..., 2022).

Исследователи отмечают, что событийный туризм «сегодня становится все популярнее и привлекательнее для туристов, так как позволяет не только познакомиться с достопримечательностями, культурой и историей региона, но и стать участником памятного события, что дает возможность получить дополнительные впечатления и опыт, делая поездку более разнообразной и интересной» (Галеева, 2019: 18). Существует спрос на различные яркие и запоминающиеся события (кон-

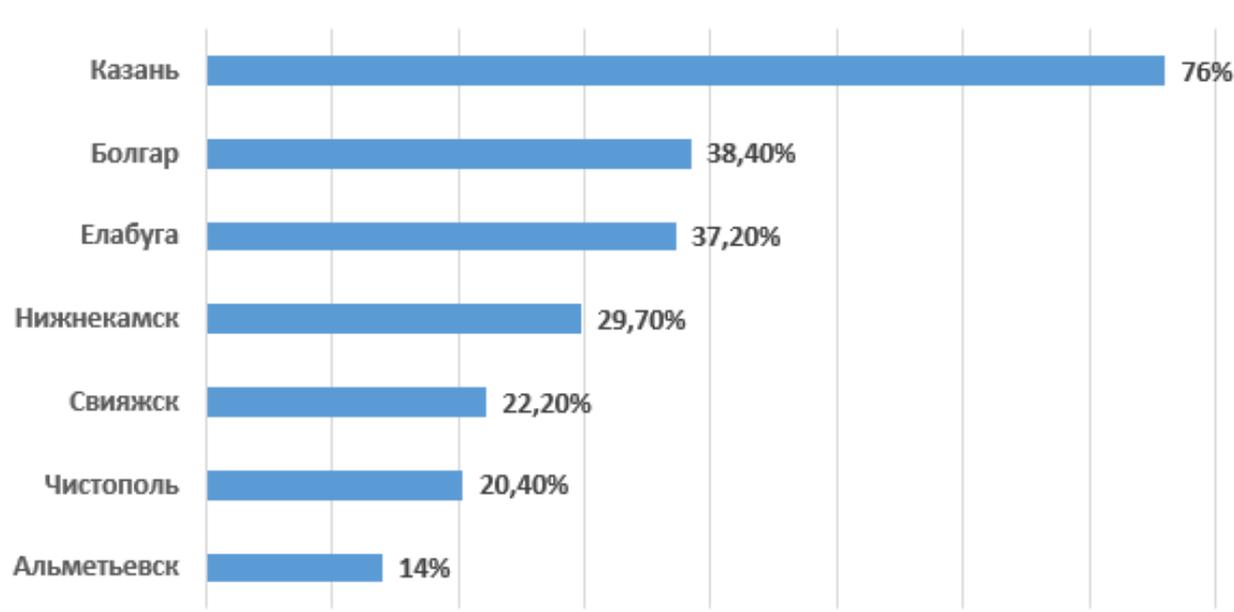
церты, ярмарки, фестивали, соревнования и т.п.) в Татарстане. В регионе на регулярной основе проводятся такие события, как Всероссийский фестиваль русского фольклора «Каравон» в с. Никольском Лаишевского района, татарский национальный праздник «Сабантуй», Республиканский фестиваль культуры «Питрау» в Мамадышском районе, Ночной Велофест – Масштабный ежегодный фестиваль в рамках развития и популяризации велосипедного спорта в Казани, Чемпионат рыбной ловли «Волга – Кама» и фестиваль «Камская Уха» в Камском Устье, Международный фестиваль средневекового боя «Великий Болгар», Спасская ярмарка в Елабуге, Гастрономический фестиваль «Свияжская уха» и Масленица в Свияжке, Ночь музеев и т.д. С каждым годом количество и качество событийных мероприятий в регионе только растет, а также активно развивается их информационная поддержка в сети Интернет.

Исследование показало высокую популярность событийного туризма у респондентов возрастной категории 16-20 лет (43%), поэтому при планировании и организации каких-либо событий туристического характера стоит обратить внимание на интересы молодежи: спортивные события, музыкальные фестивали, реконструкции и т.п. Поскольку представители молодежи – активные пользователи цифровых ресурсов, необходимо активное размещение актуальной информации в различных социальных сетях, ориентируясь на особый, клиповый тип восприятия информации данного поколения. Для такого типа восприятия характерна фрагментарность, яркость и лаконичность информации. Короткие посты и видеоролики, карточки воспринимаются молодежью наиболее эффективно. Следовательно, при разработке стратегии туристского маркетинга территорий и планировании, проведении мероприятий туристского характера необходимо учитывать особенности восприятия информации современной молодежью во время их информационного

освещения. В условиях становления цифровой экономики особенно важно и даже необходимо для существования и дальнейшего развития любой туристской организации наличие и постоянное поддержание цифрового продукта в сети Интернет (Hojeghan, 2016; Koroleva, 2017) с учетом клипового типа восприятия, исключаясь длинные монотонные тексты и видеозаписи. Наконец, исследование показало, что спрос на санаторный отдых, включающий оздоровление и лечение, коррелирует с возрастом опрошенных и наиболее попу-

лярен у респондентов возрастной категории 51 год и выше. Ведь более четверти представителей данной возрастной категории готовы потратить на отдых в пределах республики более 10 тыс. руб., так как санаторный отдых продолжительный и включает в себя траты на проживание, питание и лечение.

Выяснилось, что самыми популярными туристическими объектами Республики Татарстан, которые когда-либо посещали респонденты, стали достопримечательности г. Казань (рис. 5).



**Рис. 5. Популярные туристические направления**  
**Fig. 5. Popular tourist destinations**

В более ранних работах исследования туристической привлекательности столицы республики указывалось, что несмотря на то, что Казань является весьма привлекательным городом для туристов, существует ряд проблем, препятствующих ее дальнейшему успешному развитию в качестве туристической дестинации: недостаточность информационного сопровождения туризма в столице, низкое развитие инфраструктуры, отсутствие высококвалифицированных кадров для туристической индустрии города, слабость системы визуального ориентирования туриста в городе и другие (Глебова, 2010). В настоя-

щее время исследователи отмечают, что «увеличение числа туристов, приезжающих в Казань – это результат продуманной политики местных властей, привлечения инвестиций для развития туризма, разработки новых маршрутов, строительства новых и модернизации существующих объектов инфраструктуры и материальной базы» (Киреева, 2020: 553).

Города Великий Болгар и Елабуга заняли вторую и третью позиции в рейтинге самых посещаемых опрошенными татарстанцами мест в республике. Они славятся своей историей и культурой, в них существует грамотное преподнесение туристам

эсклюзивных туристических продуктов, активно развивается событийный туризм. Интересно, что г. Нижнекамск, являясь сравнительно молодым промышленным городом Татарстана, занял четвертую позицию, опередив в рейтинге остров-град Свияжск. Это говорит о том, что город повышает свою туристическую привлекательность, двигаясь в направлении развития промышленного туризма (Кадыров, 2012). Исследователи отмечают, что стратегия роста привлекательности г. Нижнекамск должна исходить из «создания благоприятных условий для студентов, создания и реконструкции парковых зон, закрепления у молодых людей образа культурного города и формирования пространства современного искусства» (Белобородова, 2021: 30).

Г. Чистополь занимает шестую позицию по популярности среди жителей Республики Татарстан, но по своему туристическому потенциалу несколько не уступает г. Елабуга. В 2022 году в г. Чистополь состоялся первый республиканский форум «Предпринимательская инициатива и развитие туристского потенциала Закамского региона», в ходе работы которого вопросы повышения туристической привлекательности города и района обсуждались представителями органов власти, бизнеса и науки. Город Альметьевск – один из молодых промышленных городов республики – также привлекает к себе внимание опрошенных татарстанцев «большим потенциалом к развитию спортивной инфраструктуры» и тем, что «город становится лидером по количеству велодорожек» (Белобородова, 2021: 29). Среди названных респондентами объектов, которые они посещали с туристической целью, можно отметить г. Лениногорск, Рыбная Слобода, Мамадышский район, Бакирово, а также Камское море и маршрут «Путь Тукая».

Стоит обратить внимание на предпочтение различных возрастных групп респондентов в выборе туристических направлений в пределах республики. Если столица занимает первое место по попу-

лярности у всех категорий респондентов, то на второй позиции у респондентов в возрасте от 16 до 20 лет расположился г. Нижнекамск, а у респондентов остальных возрастных категорий – г. Великий Болгар. При этом рост посещаемости городов Свияжска, Великого Болгара и Чистополя коррелирует с увеличением возраста опрошенных и, соответственно, ростом популярности познавательного туризма.

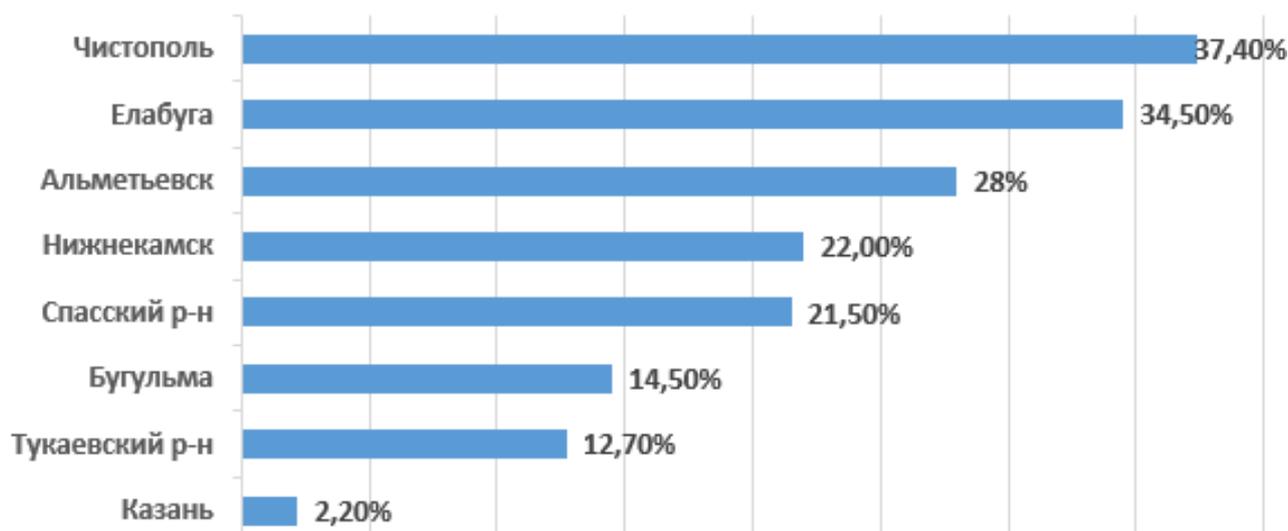
Какие же районы и города Республики Татарстан готовы рассмотреть жители региона для организованного отдыха и путешествия в перспективе? Выяснилось, что самыми популярными стали г. Чистополь и г. Елабуга. Эти направления назвали более трети всех опрошенных (рис. 6).

Примечательно, что данные города с населением более 70 тыс. человек, имея богатейшую историю и памятники материальной и духовной культуры, представляют собой притягательные туристические объекты. Важно отметить повышенный интерес к данным туристическим центрам не являющихся их жителями респондентов в возрастных категориях 16-20 лет и 41-50 лет, представители которых составили более половины опрошенных в разрезе анализа данных по каждому центру: так, 43% и 49,2% опрошенных жителей Татарстана в возрасте 16-20 лет, и 17,5% и 19,7% – в возрасте 41-50 лет, желали бы посетить г. Чистополь и г. Елабуга и их окрестности соответственно. Следовательно, необходимо учитывать полученные в ходе опроса данные при планировании различных туристических событий, ориентируясь на потребительские интересы представителей различных возрастных категорий.

Также примечательно, что чуть более половины опрошенных жителей г. Чистополь и Чистопольского района назвали свою родную местность в числе привлекательных направлений для путешествий. Это свидетельствует о том, что местные жители, с одной стороны, считают свою малую родину центром с богатым туристическим потенциалом, а, с другой, пла-

нируют регулярные поездки по привлекательным для них местам района. Действительно, исследователи отмечают высокий туристический и рекреационный потенциал Чистопольского района, уровень реали-

зованности которого отмечается как средний по сравнению с Елабугой (Кадыров, 2017), при этом в районе так же есть возможности для развития самых разнообразных видов туризма.



**Рис. 6. Перспективные туристические направления**  
**Fig. 6. Promising tourist destinations**

Города Альметьевск и Нижнекамск, будучи сравнительно молодыми городами республики, также привлекают респондентов, имея потенциал в развитии промышленного туризма. Исследователи отмечают (Кадыров, 2012), что для жителей республики организация промышленного туризма имеет разнообразные социально-культурные и экономические эффекты. Она способствует целенаправленной профориентации школьников и знакомству студентов с рабочими профессиями, ведь повышение популярности рабочих профессий сегодня – одна из приоритетных задач политики в области образования и труда. Жители региона смогут получить представление об истории промышленности региона, уровне ее развития в настоящее время, технологии производства продукции, что способствует ориентации на потребление продукции, произведенной в Татарстане.

Столица же республики не получила ожидаемый отклик у респондентов в качестве перспективного места для туризма, что можно объяснить, с одной стороны,

уже существующим высоким процентом посещаемости столицы, а, с другой, переориентацией на отдых в маленьких, уютных и немногочисленных городках. Замечено, что «...современный турист оказывается довольно требовательным потребителем, желающим узнать нечто новое, экзотическое, преподнесенное в неожиданном ракурсе» (Яковлева, 2022: 1178). Поэтому искушенному туристу – жителю Татарстана будут интересны уникальные туристические продукты, иногда их сочетание или совершенно новое преподнесение.

**Заключение (Conclusions).** Результаты исследования показали, что лишь две трети опрошенных совершали туристические поездки по Республике Татарстан за последние два года, отмеченные ковидными ограничениями и снижением уровня жизни населения как результата внутренних и внешних вызовов. Преимущественно такие поездки совершались самостоятельно. Следовательно, для повышения туристической привлекательности родного региона для его жителей важна транспортная

доступность, наличие парковок, зон отдыха, мест общественного питания, а также наличие исчерпывающей информации о туристических объектах региона в сети Интернет, включая отзывы о них.

Самое популярное по посещаемости туристическое направление в республике – г. Казань и его культурно-исторические достопримечательности. Также жителей республики активно привлекают природа и памятники городов Великого Болгара и Елабуги. К сожалению, г. Чистополь, чей туристический потенциал сравним с возможностями г. Елабуга, занимает лишь шестую позицию по посещаемости среди опрошенных татарстанцев. Проблемы, препятствующие повышению туристической привлекательности г. Чистополь, ждут своего выявления, изучения и поиска путей преодоления со стороны представителей власти, бизнеса и науки, поскольку этот город вызвал повышенный интерес у респондентов как перспективное туристическое направление в будущем. При этом г. Нижнекамск и г. Альметьевск отличаются достаточным потенциалом развития в сфере промышленного туризма, и опрошенные также их назвали в качестве приоритетных туристических направлений.

Познавательный туризм занял лишь четвертый по популярности среди респондентов вид туризма, заметно отстав от активного, дачного и пляжного как более бюджетных и безопасных в современных реалиях. Событийный туризм делит место по популярности с познавательным. Это может означать, что поездки в культурно-исторические центры республики респонденты предпочитают совмещать с какими-либо интересными и запоминающимися событиями.

Перспективы развития внутреннего туризма в Республике Татарстан необходимо связывать с объективным анализом существующей социально-экономической, внешнеполитической и эпидемиологической ситуацией в стране в целом и республике, в частности, и ответом на нее туристической сферой, а также необходимо

«мониторить соответствие туристического продукта ожиданиям целевых аудиторий» (Муртазина, 2022: 252), регулярно изучать общественное мнение татарстанцев, выявлять их туристические предпочтения внутри региона. Пандемия привела к интенсивному росту темпов развития цифровизации всех общественных отношений, и туристическая сфера ответила на вызов созданием новых цифровых продуктов, освоением социальных сетей. Данная тенденция будет только углубляться, а значит, развитие внутреннего туризма в Республике Татарстан будет обеспечиваться за счет повышения качества информационной инфраструктуры. Это приведет к интенсификации событийного туризма и повышению интереса к мероприятиям активных пользователей Интернет – молодежи с учетом особенностей восприятия ими информации. Уже идет дальнейшая популяризация познавательного и активного туризма и их соединение с форматом событийности, т.е. организация в туристических центрах с богатым культурно-историческим потенциалом различного рода фестивалей, ярмарок, праздников, соревнований на открытых локациях, что сделает их массовыми и обеспечит красочные и впечатляющие отзывы. Налаженный диалог науки, с одной стороны, и бизнеса, власти, с другой, позволяет учитывать предпочтения потребителей туристских услуг по половозрастному и иным показателям. Как показало исследование, предпочтения в видах туризма и туристических направлениях, а также финансовые возможности в значительной степени различаются у опрошенных татарстанцев. Малые и молодые города Татарстана активно развиваются в плане реализации мероприятий по брендингу туристических территорий. И, наконец, благодаря наличию образовательных программ учебных заведений и баз практики в сфере оказания туристических услуг и услуг в сфере гостиничного сервиса в Татарстане уже созданы условия для подготовки соответствующих кадров и повышения квалификации специалистов,

занятых в сфере туризма. Таким образом, вызовы внешнего и внутреннего характера для туристической отрасли стали драйверами развития внутреннего туризма в регионах России.

**Информация о конфликте интересов:** автор не имеет конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the author has no conflict of interests to declare.

#### Список литературы

Бардасова Э. В. Экономика туризма и гостеприимства Республики Татарстан в период постпандемии: вызовы и драйверы роста // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Том 11. № 7. С. 1715-1726.

Белобородова А. Л., Палякин Р. Б., Шафигуллина А. В. Маркетинг и устойчивое развитие малых городов Республики Татарстан // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 12 (206). С. 23–32.

В «Авито» зафиксировали пятикратный рост спроса на аренду дач в России, 2022. URL: <https://realty.rbc.ru/news/628f389b9a79479d587dc1f0> (дата обращения: 28.07.2022).

Внутренний туризм в России: основные точки роста / Совместное исследование ВЦИОМ и ЦРПП «Внутренний туризм: курс на расширение!», 2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/vnutrennij-turizm-kurs-na-rasshirenie> (дата обращения: 28.07.2022).

Галеева Д. Р., Кабиров И. С. Событийные мероприятия как драйвер развития туристской территории / Развитие туристической инфраструктуры в субъектах Российской Федерации: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках реализации проекта «Туристские маршруты Закамья». Чистополь, 15 ноября 2019 г. Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2019. С. 17-22.

Галимов Ш. Ш., Галимова Л. И. Проблемы использования потенциала исторических городов для развития внутреннего и въездного туризма: в сборнике: Научный прогресс как ключевой фактор развития сферы знаний. Казань: ООО СитИвент, 2020. С. 79-83.

Глебова И. С. Анализ туристической привлекательности города и возможности ее повышения (на примере г. Казани) // Ученые записки Казанского государственного университета. 2010. Том 152, кн. 4. С. 214-227.

Информация об итогах развития отрасли туризма Республики Татарстан. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm> (дата обращения: 28.07.2022).

Кабанова Е. Е. Туристическая привлекательность муниципальных образований как предмет междисциплинарных исследований // Вестник НАТ. 2015. № 1 (33). С. 15-19.

Кабанова Е. Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ: дисс. ... канд. соц. наук, М, 2016. 246 с.

Кабанова Е. Е., Ветрова Е. А., Васильева С. С. Подходы к классификации видов туризма // Вестник института экономики и управления НОВГУ. 2018. № 4(29). С. 59-63.

Кадыров Р. В. Перспективы развития туризма в моногородах Республики Татарстан // Сетевой научный журнал. 2017. Т.11, №. 7 (77). С. 65-76.

Кадыров Р. В. Предприятия полимерного производства Татарстана как рекреационный ресурс промышленного туризма: постановка проблемы // Вестник Казанского технологического университета. 2012. Т.15, №.10. С. 123-125.

Киреева Ю. А., Охотников И. В., Сибирко И. В. Событийный туризм как драйвер развития туристского рынка в регионах России // Московский экономический журнал. 2020. № 9. С. 544-558.

Кувалдина Е. А. Туристическая привлекательность как фактор экономического развития регионов ПФО // Вестник науки. 2020. № 5 (26). Т. 4. С. 105-108.

Маршрут «Путь Тукая». URL: <http://www.tukauway.ru/> (дата обращения: 28.07.2022).

Муртазина Г. Р. Подготовка квалифицированных кадров и развитие внутреннего туризма в Республике Татарстан: современный аспект / Влияние пандемии и ценностей цифрового трансгуманизма на перспективы развития сферы услуг: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Казань: Поволжский ГУФКСИТ, 2022. С. 252-254.

Перечень объектов культурного наследия URL: <https://okn.tatarstan.ru/perechen-obektov-kulturnogo-naslediya.htm> (дата обращения: 28.07.2022).

Чернышева Т. Н. Природно-географические ресурсы Закамья Республики Татарстан как фактор развития туризма / Развитие туристической инфраструктуры в субъектах Российской Федерации: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках реализации проекта «Туристские маршруты Закамья». Чистополь, 15 ноября 2019 г. Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2019. С. 136-142.

Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения (росстат) / Федеральное агентство по туризму. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislennost-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-razmeshchennykh-v-kollektivnykh-sredstvakh-razmeshcheniya/> (дата обращения: 28.07.2022).

Юсупов Р. Р., Синцов А. Ю. Памятники археологии, истории и архитектуры Чистопольского района в формировании нового туристского кластера Республики Татарстан // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 4. С. 13-18.

Яковлева Е. Л. Культурный туризм как фактор (с)охранения национального наследия народа (на примере Республики Татарстан) // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. 2022. Вып. 5. Часть 1. С. 1177-1179.

Davahli M.R., Karwowski W., Sonmez S., Apostolopoulos Y. The hospitality industry in the face of the COVID-19 pandemic: Current topics and research methods // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020. Vol. 20. P. 17. Pp. 1-222. DOI 10.3390/ijerph17207366.

Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemic, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. Vol. 29. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Hojeghan, Samira (2016), Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19: 308-316. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/2517140>

67\_Digital\_economy\_and\_tourism\_impacts\_influences\_and\_challenges (Accessed 27.07.2022).

Koroleva, I.S., Komarova, M.E. and Zhilenko, V.Yu. Development of information and communication technologies in the field of tourism through the creation of a database. *Scientific result. Business and Service Technologies*. 2017. T.3. № 2. С. 9-18.

Scansano, E. (2021), The impact of climate change will to travel risks in 2022. URL: <https://www.businesstravelnewseurope.com/Columnists/The-impact-of-climate-change-will-to-travel-risks-in-2022> (Accessed 27.07.2022).

### References

Avito has recorded a fivefold increase in demand for renting dachas in Russia, 2022, [Online] available at: <https://realty.rbc.ru/news/628f389b9a79479d587dc1f0> (Accessed 28 July 2022).

Bardasova, Je. V. (2021), “Economy of tourism and hospitality in the Republic of Tatarstan in the post-pandemic period: challenges and growth drivers”, *Economics, entrepreneurship and law*, vol. 11, 7, pp. 1715-1726.

Beloborodova, A. L., Paljakin, R. B. and Shafigullina, A. V. (2021), “Marketing and sustainable development of small towns of the Republic of Tatarstan”, *Bulletin of Samara State University of Economics*, vol. 12 (206), pp. 23-32.

Chernysheva, T. N. (2019), “Natural and geographical resources of the Transcamian Region of the Republic of Tatarstan as a factor of tourism development”, *Development of tourist infrastructure in the subjects of the Russian Federation: a collection of materials of the All-Russian scientific and practical conference within the framework of the project “Tourist routes of Zakamye”*, Kazan, Russia, pp. 136-142.

Davahli, M.R., Karwowski, W., Sonmez, S. and Apostolopoulos, Y. (2020), “The hospitality industry in the face of the COVID-19 pandemic: Current topics and research methods”, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 20, p. 17, pp. 1-222. DOI 10.3390/ijerph17207366.

Domestic tourism in Russia: the main points of growth / Joint research of WCIOM and CRRP “Domestic tourism: a course for expansion!”, 2020, [Online] available at: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/vnutrennij-turizm-kurs-na-rasshirenije> (Accessed 28 July 2022).

Galeeva, D. R. and Kabirov, I. S. (2019), "Event activities as a driver for the development of the tourist territory", Development of tourist infrastructure in the subjects of the Russian Federation: a collection of materials of the All-Russian scientific and practical conference within the framework of the project "Tourist routes of Zakamye", Kazan, Russia, pp. 17-22.

Galimov, Sh. Sh. and Galimova, L. I. (2020), "Problems of using the potential of historical cities for the development of domestic and inbound tourism": in the collection: "Scientific progress as a key factor in the development of the field of knowledge", Kazan, Russia, pp. 79-83.

Glebova, I. S. (2010), "Analysis of the tourist attractiveness of the city and the possibility of its increase (on the example of Kazan)", *Scientific notes of Kazan State University*, vol. 152, book 4, pp. 214-227.

Gössling, S., Scott, D. and Hall, C. M. (2021), "Pandemic, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 29. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Hojeghan, Samira (2016), "Digital economy and tourism impacts, influences and challenges", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19: 308-316, [Online] available at: [https://www.researchgate.net/publication/251714067\\_Digital\\_economy\\_and\\_tourism\\_impacts\\_influences\\_and\\_challenges](https://www.researchgate.net/publication/251714067_Digital_economy_and_tourism_impacts_influences_and_challenges) (Accessed 28 July 2022).

Information about the results of the development of the tourism industry of the Republic of Tatarstan, 2022, [Online] available at: <https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm> (Accessed 28 July 2022).

Kabanova, E. E. (2016), "Management of the development of tourist attractiveness of municipalities of the Russian Federation: a sociological analysis", Abstract of Ph.D. dissertation, Russian State Social University, Moscow, Russia, pp. 246.

Kabanova, E. E. (2015), "Tourist attractiveness of municipalities as a subject of interdisciplinary research", *Bulletin NAT*, vol. 1 (33), pp. 15-19.

Kabanova, E. E., Vetrova, E. A. and Vasil'eva, S. S. (2018), "Approaches to the classification of types of tourism", *Bulletin of the Institute of Economics and Management of NOVSU*, vol. 4(29), pp. 59-63.

Kadyrov, R. V. (2012), "Polymer production enterprises of Tatarstan as a recreational resource of industrial tourism: problem statement",

*Bulletin of Kazan Technological University*, vol. 15, 10, pp. 123-125.

Kadyrov, R. V. (2017), "Prospects of tourism development in single-industry towns of the Republic of Tatarstan", *Online scientific journal*, vol. 11, 7(77), pp. 65-76.

Kireeva, Ju. A., Ohotnikov, I. V. and Sibirko, I. V. (2020), "Event tourism as a driver of tourism market development in the regions of Russia", *Moscow Economic Journal*, 9, pp. 544-558.

Koroleva, I. S., Komarova, M. E. and Zhilenko, V. Yu. (2017), "Development of information and communication technologies in the field of tourism through the creation of a database", *Scientific result. Business and Service Technologies*, vol. 3, 2, pp. 9-18.

Kuvaldina, E. A. (2020), "Tourist attractiveness as a factor of economic development of the regions of the Volga Federal District", *Bulletin of Science*, 5(26), vol. 4, pp. 105-108.

List of cultural heritage sites, 2022, [Online] available at: <https://okn.tatarstan.ru/perechen-obektov-kulturnogo-naslediya.htm> (Accessed 28 July 2022).

Murtazina, G. R. (2022), "Training of qualified personnel and development of domestic tourism in the Republic of Tatarstan: a modern aspect", "The impact of the pandemic and the values of digital transhumanism on the prospects for the development of the service sector": Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation, Kazan, Russia, pp. 252-254.

Scansano, E. (2021), "The impact of climate change will to travel risks in 2022", [Online] available at: <https://www.businesstravelnewseurope.com/Columnists/The-impact-of-climate-change-will-to-travel-risks-in-2022> (Accessed 28 July 2022).

The number of citizens of the Russian Federation placed in collective accommodation facilities, Federal Agency for Tourism, 2022, [Online] available at: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislennost-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-razmeshchennykh-v-kollektivnykh-sredstvakh-razmeshcheniya/> (Accessed 28 July 2022).

The route "The Way of Tukai", 2022, [Online] available at: <http://www.tukayway.ru/> (Accessed 28 July 2022).

Yusupov, R. R., Sincov, A. Yu. (2020), "Monuments of archeology, history and architec-

ture of the Chistopol district in the formation of a new tourist cluster of the Republic of Tatarstan”, *Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts*, 4, pp. 13-18.

Yakovleva, E. L. (2022), “Cultural tourism as a factor of preserving the national heritage of the people (on the example of the Republic of Tatarstan)”, *Greater Eurasia: development, security, cooperation*, issue 5, part 1. pp. 1177-1179.

**Данные об авторе**

**Нурмухаметова Виктория Васильевна**, кандидат философских наук, доцент кафедры философии

**Information about the author**

**Victoria V. Nurmukhametova**, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy