

Анализ функционирования туристической отрасли Владимирской области в 2020-2024 гг.

М.Д. Зоров

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

В статье предпринята попытка проанализировать состояние туристической индустрии Владимирской области на основе статистической информации и экспертных оценок. Владимирская область обладает большим туристским потенциалом, особенно в культурно-историческом направлении, поэтому вопросы развития туризма в регионе остаются всегда актуальными. Целью исследования является выявление проблем туристической отрасли Владимирской области. Элементы научной новизны исследования заключаются в анализе базовых показателей, характеризующих состояние туристической индустрии, и выделении основных проблем индустрии гостеприимства в регионе.

Ключевые слова: туристическая отрасль, проблемы туристической отрасли, туристский поток, коллективные средства размещения.

Введение

Владимирская область всегда была привлекательной территорией для туристов. Владимирский регион известен своей древней историей: здесь расположены памятники истории и архитектуры. Так, 2 города области – Владимир и Суздаль – включены в классический туристский маршрут «Золотое кольцо России». В начале в XII века г. Суздаль был столицей Ростово-Суздальского княжества, в 1157 году Андрей Боголюбский перенес столицу во Владимир. Кроме того, часто туристы, путешествующие этим маршрутом, посещают еще и с. Боголюбово, и церковь Покрова на Нерли, расположенные в 14 км от г. Владимира. Также популярным является маршрут «Малое золотое кольцо Владимирской области», в который входят города Владимир, Суздаль, Муром, Александров, Гороховец, Юрьев-Польский, Гусь-Хрустальный. Каждый город имеет свое лицо, интересную историю, музеи и памятники. Во Владимирской области расположены 8 объектов, включенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО: Золотые ворота, Успенский собор, Дмитриевский собор, остатки дворцового комплекса (г. Владимир), Церковь Покрова на Нерли, Спасо-Преображенский собор (г. Суздаль), Рождественский собор (с. Боголюбово), Церковь Бориса и Глеба (с. Кидекша). Эти и многие другие исторические памятники и события, связанные с ними, сформировали базу туристической отрасли Владимирской области. Регион имеет ярко выраженную историко-культурную специализацию в туризме. Этот факт подтверждает федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации (рис. 1) [10, с. 157].



Рис. 1. Востребованность вида туризма во Владимирской области: 2021 г. и прогноз на 2035г.

Источник: Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации

Так, Владимирская область входит в 5-ку регионов России с наибольшим числом объектов культурного наследия (ОКН): 719 ОКН. Уступает регион только Московской области (1114 ОКН). Также в регионе расположено 154 точки притяжения федерального уровня: это 5-ое место в России [9, с. 98].

При этом туристическая индустрия, туристские маршруты и инфраструктура формировались стихийно, в отсутствие единой стратегии и системного подхода. Это привело к ряду проблем в отрасли и не сформировавшемуся туристскому кластеру. Поэтому актуальным является анализ туристической отрасли во Владимирской области и выявление специфических особенностей ее функционирования, а также выделение ряда ключевых проблем, препятствующих формированию туристского кластера региона.

Целью данного исследования является выявление проблем туристической отрасли Владимирской области. Для достижения поставленной цели необходимо: 1) провести анализ основных показателей туристической отрасли; 2) выявить проблемы отрасли.

Материалы и методы

В ходе проведения исследования применялись такие методы научного познания как логический анализ, системный подход, методы обобщения, а также метод группировки и сравнительный метод.

Анализ основных показателей туристической отрасли Владимирской области

Совокупный туристский поток во Владимирскую область в 2024 году составил 3,5 млн туристов, из них число путешественников, оставшихся в регионе хотя бы на одну ночь, составил 854 тыс. человек. В 2023 году эти

Согласно туристической территориальной схеме, по состоянию на 2021 г. основным видом туризма в регионе был культурно-познавательный туризм (высокая востребованность этого вида туризма). К 2035 году прогнозируется максимальная востребованность этого вида туризма. Дополнительными видами туризма, которые имеют высокий потенциал развития в сочетании с основным, являются природный и деловой туризм.

показатели были равны более 2 млн человек и 670 тыс. человек соответственно (рис. 2) [4].



Рис. 2. Динамика туристского потока во Владимирской области в 2022–2025 гг., млн чел.

Источник: составлено автором на основе статистической информации

Данные по туристскому потоку в 2025 г. являются прогнозом, согласно которому этот показатель достигнет 4 млн. человек [3]. Несмотря на то, что после пандемии коронавируса турпоток в регион растет, темпы его роста снижаются. В 2024 г. был зафиксирован значительный темп роста – 75 %, а в 2025 г. он планируется на уровне 15–20 %. Основным драйвером роста в 2024 г. стали мероприятия, связанные с празднованием 1000-летия г. Суздаля. В 2025 г. фактором роста остается событийный туризм, связанный, например, с летним фестивалем классической музыки под открытым небом Дениса Мацуева. Значение событийного туризма подтверждает туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования РФ. Владимирская область занимает 1-ое место в 5-ке регионов с наибольшим числом мероприятий межрегиональной значимости. Однако в регионе отсутствуют мероприятия федеральной значимости [9, с. 99]. Снижение темпов роста туристского потока является негативным фактором, свидетельствующем о необходимости постоянной разработки мероприятий, привлекающих туристов.

Ядро туристической отрасли составляют туристские фирмы, именно их деятельность является одним из главных индикаторов отрасли (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели деятельности туристских фирм во Владимирской области, 2020-2024 гг.

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024
Число туристских фирм (всего), шт., в том числе занимались	136	148	168	170	170
туроператорской деятельностью	5	4	4	6	5
туроператорской и турагентской деятельностью	27	23	21	21	18
турагентской деятельностью	104	121	143	143	147
Число реализованных населению	7334	14730	18288	22334	26726

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024
турпакетов (всего), шт., из них					
по территории России	4356	8304	11364	13597	14468
по зарубежным странам	2978	6426	6924	8737	12258
Стоимость реализованных турпакетов (всего, млн. руб.), из них	602,1	1265,1	1686,8	2619,7	4209,5
по территории России (млн руб.)	187,9	394,2	556,9	913,4	1105,3
по зарубежным странам (млн руб.)	414,1	870,9	1129,8	1706,3	3104,2

Источник: статистический бюллетень [7]

Число туристских фирм в области не растет с 2023 г. При этом количество туроператоров сокращается, а количество турагентов увеличивается, т.е. с рынка области уходят фирмы, самостоятельно формирующие туристские продукты, увеличивается количество посредников, продающих готовые предложения.

Инфляционные процессы сильно влияют и на туристическую отрасль. Несмотря на то, что в номинальном выражении растут и количество проданных турпакетов, и их совокупная стоимость, темпы роста стоимости турпакетов увеличиваются в рассматриваемом периоде и превышают темпы роста количества турпакетов. В 2024 г. стоимость всех турпакетов, проданных за год, выросла на 60 % в сравнении с 2023 г. (темп роста в 2023 г. – 55 %), а количество турпакетов – на 19 % (в 2023 г. – 22 %). Это негативный фактор, свидетельствующий о том, что темпы роста отрасли начинают замедляться по инфляционным причинам.

Что касается структуры продаж, то в натуральном выражении она практически не меняется из года в год: чуть больше половины приходится на внутренний туризм: в 2024 г. 54 % – внутренний туризм, 46 % – внешний. В стоимостном выражении ситуация иная: только порядка 30% стоимости турпакетов приходится на внутренний туризм и, соответственно, 70 % – на внешний: так в 2024 г. 26,3 % стоимости турпакетов – внутренний туризм, 73,7 % – внешний. Это негативный фактор, т.к. российский турист инвестирует в иностранный туристический сектор. Такая количественная и стоимостная разница объясняется волатильностью и нестабильностью курса рубля по отношению к американскому доллару и другим валютам.

Туристическую отрасль характеризует структура и динамика коллективных средств размещения (КСР) (табл. 2). К коллективным средствам размещения относятся гостиницы, мотели, хостелы, санатории, базы отдыха, кемпинги, глемпинги и пр.

Таблица 2

Основные показатели деятельности коллективных средств размещения во Владимирской области в 2020-2024 гг.

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024
Число коллективных средств размещения, ед. в том числе	246	247	261	258	266
гостиницы и аналогичные средства размещения	190	189	200	198	201

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024
специализированные средства размещения	56	58	61	60	65
Номерной фонд, ед. в том числе	7513	7694	8065	8459	8499
гостиницы и аналогичные средства размещения	4662	4614	4956	5473	5531
специализированные средства размещения	2851	3080	3109	2986	2968
Единовременная вместимость, мест	20181	20640	21663	22399	22454
гостиницы и аналогичные средства размещения	10590	10235	11237	12094	12129
специализированные средства размещения	9591	10405	10426	10305	10325
Предоставлено ночевок за год (всего, ед.)	726989	1407313	1919783	2205619	2237636
гостиницы и аналогичные средства размещения	568221	790527	1067592	1372164	1414460
специализированные средства размещения	158768	616786	852191	833455	823176
Численность размещенных лиц (всего, человек)	365885	598668	672070	712355	811461
гостиницы и аналогичные средства размещения	336158	499698	570096	605784	698741
специализированные средства размещения	29727	98970	101974	106571	112720

Источник: статистический бюллетень [5]

Количество коллективных средств размещения демонстрируют нестабильную динамику: в 2024 г. этот показатель вырос на 3 %, однако в 2023 г. зафиксировано снижение на 1,5 %. В структуре КСР основная доля принадлежит гостиницам и аналогичным средствам размещения – примерно 75 % против 25 % специализированных средств размещения. Номерной фонд увеличился незначительно: в рассматриваемом периоде на 13 %, в 2024 г. – меньше чем на полпроцента; единовременная вместимость и количество предоставленных ночевок: на 0,3 % и 1,5 % соответственно. Численность размещенных лиц демонстрирует стабильно положительную динамику: в 2024 г. темп роста этого показателя составил 13,9 %. Таким образом, в условиях незначительных темпов роста количества КСР и номерного фонда и увеличении численности размещенных лиц почти на 14 % можно сделать вывод о недозагруженности КСР в области. В целом в регионе зафиксирован средний уровень загрузки КСР.

Туристский поток по территории области распределен неравномерно: основной наплыв туристов концентрируется в двух крупнейших городах – Владимире и Суздале. Согласно Сбераналитике, в 2024 г. в Суздаль осуществлено 2,9 млн поездок (0,8 млн туристов и 2,1 млн экскурсантов) [8]. Важно отметить, что показатели 2024 г. продемонстрировали такой рост благодаря празднованию 1000-летия

Суздаля. Также, туристов привлекают города Александров, Муром, Гусь-Хрустальный, Юрьев-Польский и Гороховец.

Согласно Закону Владимирской области от 1 ноября 2017 года N 97-ОЗ «О туристической деятельности во Владимирской области», ресурсная база региона, а также уровень его социально-экономического развития позволяют развивать следующие виды туризма: культурно-познавательный, активный, событийный, гастрономический, деловой, медицинский (лечебно-оздоровительный), экологический и промышленный [2].

В настоящее время каждое направление туризма имеет разный уровень развития:

– культурно-познавательный туризм: во всех населенных пунктах Владимирской области, популярных среди туристов, присутствуют объекты, относящиеся к культурно-историческому наследию (церкви, храмы, монастыри, кремль или резиденция князей, заводы, ремесленные мастерские и пр.), Владимирская область является лидером в религиозном туризме;

– событийный туризм: это активно развивающееся направление, доказывающее свою эффективность при грамотном маркетинговом подходе; популярными среди туристов являются «Праздник огурца» и забег по пересеченной местности «Golden Ring Ultra-Trail» в Суздале; День семьи, любви и верности в Муроме; фестиваль «Владимирская вишня» во Владимире; фестиваль воздушных шаров в Суздале и пр., область занимает 8-ое место среди регионов с самым плотным событийным календарем [9, с. 123];

– активный туризм летом представлен велопрогулками и плаванием на сап-бордах, прыжками с парашютом, зимой – это катание на лыжах и тюбингах. Прокатиться на сап-бордах можно по водохранилищу на р. Содышка, по рекам Нерль, Бородинка, Колокша, Клязьма. Зимой популярны горнолыжные комплексы «Горный Ярмо парк» (г. Владимир), Заячья гора (г. Суздаль), Пужалова Гора (г. Гороховец), «Красная горка» (пос. Мелехово), а также в г. Владимир лыжные трассы «Дружба» и «Загородный», лыжроллерная трасса «Звездная» (Александровск);

– гастрономический туризм: туры на сыроварни, медовые пасеки, винные туры, мастерские шоколада и пр.;

– деловой туризм развивается медленно, но имеет хороший потенциал: в г. Владимире функционирует Экспоцентр, форум ответственного бизнеса ЭКГ в г. Суздаль, при этом Владимирская область занимает 5-ое место в рейтинге регионов с наибольшей вместимостью конгресс-центров, при этом очень низкий уровень развития соответствующей инфраструктуры [9, с. 159-160];

– медицинский (лечебно-оздоровительный) туризм: известны санатории им. Абельмана, Вольгинский, Русский лес, детский областной санаторий №3 и пр., стоит отметить, что рейтинги у санаториев довольно низкие;

– промышленный туризм: в 2020 г. Владимирская область стала одним из пилотных регионов по развитию промышленного туризма при

поддержке Агентства Стратегических инициатив (АСИ), однако активного развития это направление не получило. В регионе есть возможность посетить отдельные промышленные предприятия в рамках туристических туров, но системного характера это направление так и не приобрело. На официальном туристическом портале Владимирской области представлено всего 5 промышленных туров;

– экологический туризм: на территории области расположены заказники и прочие памятники природы, которые можно посетить в рамках экологического туризма – заказники «Давыдовский», «Заклязьминско-Лухский», «Дюкинский», а также «Тропа Великого бизона» и пр.

Проанализировать подробно каждое направление очень сложно, так как отсутствуют статистические данные о размерах туристского потока по каждому направлению, частично отсутствует информация о стоимости туров (индивидуальных и в составе организованных групп). При этом эксперты, специализирующиеся на отрасли, понимают отставание темпов развития отдельных видов туризма (например, медицинского, экологического или промышленного) от локомотивов отрасли – культурно-познавательного.

Исходя из проведенного анализа, вытекают проблемы, с которыми сталкивается туристическая отрасль Владимирской области (рис. 3).

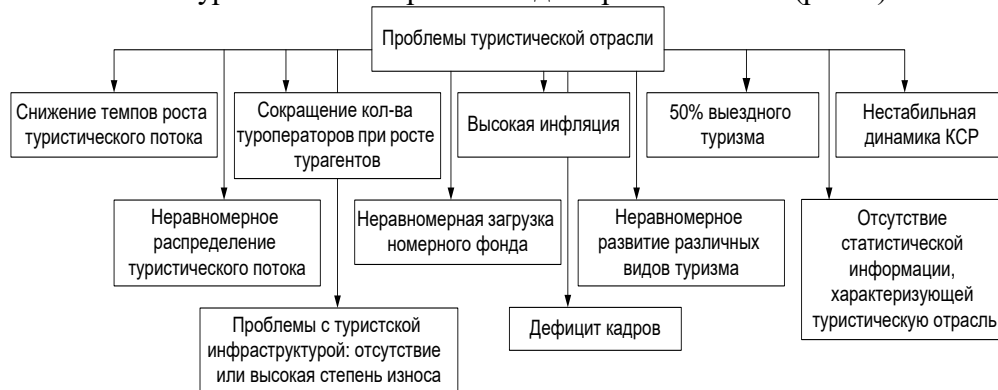


Рис. 3. Проблемное поле туристской индустрии Владимирской области
Источник: составлено автором

Во-первых, это отсутствие подробной статистической информации, позволяющей проанализировать состояние отдельных направлений в туризме. Это необходимо для понимания того, какие направления не развиваются или развиваются медленными темпами и нуждаются в стимулировании.

Во-вторых, это замедление темпов роста отрасли. После резкого скачка по окончании пандемии коронавируса и общенациональных локдаунов отрасль начала замедляться: туристский поток увеличивается, но темп его роста замедляется.

В-третьих, сокращение количества туроператоров. В области преобладают турагенты, которые продают готовые продукты и не

заинтересованы в формировании гибких, персонализированных туристских продуктов, сформированных под индивидуальные запросы потребителей (индивидуализация и кастомизация – это устойчивая тенденция).

В-четвертых, неравномерная загрузка номерного фонда.

В-пятых, неравномерное распределение туристского потока: основные центры притяжения туристов – г. Владимир и Суздаль. Это ведет к неравномерному распределению доходов от туристической отрасли среди муниципалитетов и неравномерному социально-экономическому развитию внутри региона.

Серьезным фактором, негативно влияющим на туристическую отрасль, является инфляция: в 2024 г. стоимость всех турпакетов выросла на 60 % в сравнении с 2023 г., а количество турпакетов – на 19 %.

Эксперты в вопросах туризма выделяют еще ряд проблем, проявляющихся во Владимирской области. Первая проблема – дефицит кадров. С одной стороны, в регионе много путешественников из Москвы и Московской области, пресыщенных сервисом и разнообразием. Такие туристы предъявляют высокие требования к потребляемым услугам. И для того, чтобы требовательные туристы (доля которых постоянно увеличивается) вернулись во Владимирскую область, сервис должен соответствовать их запросам. А уровень сервиса формируют специалисты. С другой стороны, Владимирская область – это транзитная область между Московской и Нижегородской областями. Традиционная проблема всех сфер и отраслей региона – отток кадров в более развитые области – проявляется и в туристской индустрии. По данным министра предпринимательства и туризма Владимирской области Юлии Бояркиной, средняя заработная плата в индустрии гостеприимства в регионе составляет 38 тыс. руб. [11]. Для сравнения в Московской области эта цифра чуть меньше 62 тыс. руб. [5].

Тот факт, что область является «транзитной» отражается и на количестве ночевков, которые в среднем проводят туристы в регионе: это 2-3 ночи примерно, что ниже среднего показателя по России (4 ночи) [9, с. 199].

Еще одна проблема – туристская инфраструктура [1, с. 4]. Она обновляется, но довольно низкими темпами. Открытие скоростной трассы М-12 расширило возможности автомобильного туризма в области: по оценкам специалистов на автомобилях стало приезжать на 30% больше туристов. Однако в регионе остается значительное количество региональных и районных дорог, которые нужно ремонтировать, а также развивать придорожный сервис [11]. Также для туристов важна удобная и безопасная пешеходная инфраструктура в населенных пунктах Владимирской области.

В настоящее время драйвером туристической индустрии в традиционно туристских районах с богатой историей является событийный туризм. На несколько дней в населенный пункт может приезжать значительное число туристов, для размещения которых не хватит номерного фонда.

Так, например, на День семьи, любви и верности в 2024 году в Муром приехало 110 тыс. чел. В городе не хватило номерного фонда. Также возникли сложности организации проживания любителей активного отдыха на «Golden Ring Ultra-Trail» в Суздале: отсутствие туалетов в палаточном лагере, несвоевременный вывоз мусора и пр. Событийный туризм требует особого внимания к подготовке мероприятий и решения проблем, не свойственных другим видам туризма.

Заключение

Несмотря на понимание необходимости развития туристской индустрии в регионе и наличие спроса со стороны потребителей, во Владимирской области сохраняется ряд проблем, тормозящих развитие отрасли. О замедлении в туристической отрасли говорит снижение темпов роста туристского потока. Инфляционные процессы оказывают серьезное негативное влияние на объемы потребляемых туристских услуг. Кроме того, несмотря на востребованность путешествий по России, почти половина проданных турпакетов (в натуральном выражении) в регионе приходится на выездной туризм. В стоимостном выражении этот показатель достигает 70 %. Также проблемой является неравномерное распределение туристского потока, как в пространственном выражении, так и временном. Следствием этого являются сложности с номерным фондом: с одной стороны существует недозагруженный номерной фонд, с другой стороны его дефицит в периоды проведения различных мероприятий. В целом туристская инфраструктура обновляется низкими темпами. Также во Владимирской области зафиксирован дефицит кадров в сфере гостеприимства. Важной проблемой, препятствующей подробному анализу отрасли, а, следовательно, и выработке управленческих решений, направленных на привлечение путешественников в регион и ускорению развития отрасли, является отсутствие статистической информации, подробно характеризующей все сферы туристской индустрии. Так, туристская территориальная схема строилась на данных 2021 года для многих регионов, а для Владимирской области на данных 2019 года. Решение обозначенных проблем требует комплексного, системного подхода, например, кластерного. Кластерный подход позволит объединить и вовлечь все заинтересованные стороны (представителей туристской индустрии и смежных отраслей, органы власти и регуляторы, местное население и образовательные учреждения) в процессы формирования инновационного туристского продукта.

Список литературы

1. Абатури А.А. Совершенствование системы управления в сфере туризма региона: на примере Владимирской области: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Абатури Андрей Александрович; [Место

защиты: Моск. акад. предпринимательства при Правительстве Москвы]. – Москва, 2011. – 24 с.

Электронные источники

2. Закон Владимирской области от 1 ноября 2017 года N 97-ОЗ «О туристической деятельности во Владимирской области» – URL: <https://docs.cntd.ru/document/450367467> (дата обращения: 22.10.2025).
3. Владимирская область по итогам года планирует принять 4 млн. туристов – URL: <https://www.interfax-russia.ru/index.php/tourism/news/vladimirskaya-oblast-po-itogam-goda-planiruet-prinyat-4-mln-turistov> (дата обращения: 22.10.2025).
4. Во Владимирской области эффективно работают над увеличением притока туристов – URL: <https://vedom.ru/news/2025/03/31/72547-vo-vladimirskoy-oblasti-effektivno-rabotayut-nad-uvlicheniem> (дата обращения: 22.10.2025).
5. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения – URL: <https://33.rosstat.gov.ru/search?q=средства+размещения> (дата обращения: 22.10.2025).
6. Статистика зарплат в Московской области за 2025 год- URL: <https://moskovskaya-oblast.gorodrabot.ru/salaries/menedzher-po-turizmu> (дата обращения: 22.10.2025).
7. Статистический бюллетень «Основные показатели деятельности туристских фирм» – URL: <https://33.rosstat.gov.ru/ofstatistic> (дата обращения: 22.10.2025).
8. Турпоток во Владимирскую область за 2024 год увеличился на 26% – с 670 тысяч до 854 тысяч человек – URL: https://trc33.ru/news/society/iurpotok_vo_vladimirskuyu_oblast_za_2024_god_ovelichilsya_na_26_ndash_s_670_tysyach_do_854_tysyach_chelovek64732 (дата обращения: 22.10.2025).
9. Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации: часть 1 – URL: <https://arch.lenobl.ru/ru/deiatelnost/news/64582/> (дата обращения: 02.02.2026).
10. Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации: часть 2 – URL: <https://arch.lenobl.ru/ru/deiatelnost/news/64582/> (дата обращения: 02.02.2026).
11. Чего не хватает Владимирскому туризму? – URL: <https://zebra-tv.ru/novosti/vlast/chego-ne-khvataet-vladimirskomu-turizmu> (дата обращения: 22.10.2025).

Об авторе:

ЗОРОВ Максим Дмитриевич – аспирант кафедры «Менеджмента и маркетинга», Института экономики и туризма, ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» (600005, г. Владимир, ул. Горького, д. 79). e-mail: m-zorov@mail.ru, ORCID: рег. № 0009-0000-4900-2507.

Analysis of the functioning of the tourism industry of the Vladimir region in 2020-2024 gg

M.D. Zorov

FGBOU VO "Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletovs", Vladimir

An attempt to analyze the state of the tourism industry in the Vladimir region based on statistical information and expert assessments is made in this article. The Vladimir region has great tourism potential, especially in the cultural and historical direction, therefore, the issues of tourism development in the region remain always relevant. The purpose of the study is to form a problem field in the tourism industry of the Vladimir region. The scientific novelty of the study lies in the analysis of basic indicators characterizing the state of the tourism industry and highlighting the main problems of the hospitality industry in the region.

Keywords: *tourism industry, problems of the tourism industry, tourist flow, collective accommodation facilities.*

About the author:

ZOROV Maxim Dmitrievich– Postgraduate Student of the Department of Management and Marketing, FGBOU VO "Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletovs", Vladimir, (600005 79 Gorky St., Vladimir). e-mail: m-zorov@mail.ru, ORCID: per. № 0009-0000-4900-2507.

Статья поступила в редакцию 15.01.2026 г.

Статья подписана в печать 15.03.2026 г.