

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА /
REGIONAL AND SECTORAL ECONOMICS<https://doi.org/10.15507/2413-1407.26342.284-304>EDN: <https://elibrary.ru/iywyno>

УДК / UDC 338.48:339.1:332.1

<http://regionsar.ru>

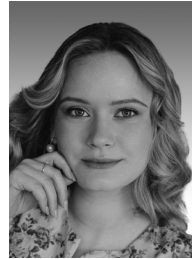
ISSN 2413-1407 (Print)

ISSN 2587-8549 (Online)

Оригинальная статья / Original article

Оценка потенциального спроса
на туристические ресурсы региона

Е. Г. Леонидова ✉



А. Ю. Баландина

Вологодский научный центр Российской академии наук
(г. Вологда, Российская Федерация)
✉ eg_leonidova@mail.ru

Аннотация

Введение. В условиях неблагоприятного влияния внешней среды, затрудняющего выезд населения за границу, основным драйвером развития туристической отрасли в России стал внутренний туризм. Регионы конкурируют друг с другом за рост турпотока, и прежде всего территории, предлагающие иной тип отдыха. К таковым относится Вологодская область. Цель статьи – оценка потенциального спроса на туристические ресурсы региона на основе анализа данных поисковых запросов в условиях неполноты официальной статистической информации для решения научной проблемы измерения ненаблюдаемых сегментов спроса, в частности внутрирегионального туризма, и верификации цифровых следов как маркеров его формирования.

Материалы и методы. Информационную базу исследования составили результаты, полученные на основе данных поисковых запросов платформы «Яндекс.Вордстат» с применением контент-анализа. Используемые данные позволили оценить потенциальный спрос на туристические услуги региона со стороны местных жителей и гостей из других российских регионов. Временной интервал поиска запросов составил 6 лет (2019–2024 гг. в разрезе месяцев).

Результаты исследования. Выявлено, что наибольший интерес к путешествиям в Вологодской области проявляют местные жители. При этом темпы роста потенциального спроса на коллективные средства размещения превышают темпы развития гостиничной инфраструктуры, что указывает на ее дефицит. Определена значимость оценки потенциального спроса на туристические ресурсы региона для развития внутреннего туризма.

Заключение. Сделан вывод о том, что использование данных о поисковых запросах является эффективным инструментом оценки потенциального спроса на туристические ресурсы региона. Результаты исследования имеют практическое значение для специалистов, занимающихся технологиями позиционирования и продвижения бренда региона.

© Леонидова Е. Г., Баландина А. Ю., 2026



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Ключевые слова: контент-анализ, Вологодская область, регион, потенциальный спрос, туристические ресурсы, туризм

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-18-01067 (<https://rscf.ru/project/24-18-01067/>).

Для цитирования: Леонидова Е.Г., Баландина А.Ю. Оценка потенциального спроса на туристические ресурсы региона. *Регионоведение*. 2026;34(2):284–304. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.26342.284-304>

Assessment of the Potential Demand for the Region's Tourism Resources

E. G. Leonidova ✉, A. Yu. Balandina

*Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences
(Vologda, Russian Federation)*

✉ eg_leonidova@mail.ru

Abstract

Introduction. In the face of unfavorable external influences, which hinder Russians' travel abroad, domestic tourism has become the main driver of tourism development in Russia. Russian regions are competing with each other for increased tourist flow, particularly for areas offering a different type of vacation. The Vologda Region is one of such region. The purpose of this article is to assess potential demand for the region's tourism resources based on an analysis of search query data, given the incompleteness of official statistical information. This is to address the scientific problem of measuring unobserved segments of demand, particularly intraregional tourism, and verifying digital traces as markers of its formation.

Materials and Methods. The information basis of the study was based on the results obtained from the Yandex.Wordstat using content analysis. The data used made it possible to assess the potential demand for tourist services in the region from local residents and visitors from other Russian regions. The time interval for the search was 6 years (2019–2024 in terms of months).

Results. It was found that local residents are the most interested in traveling in the Vologda Region. Potential demand for shared accommodations is growing faster than the development of hotel infrastructure, indicating a shortage. The importance of assessing the potential demand for the region's tourism resources for the development of domestic tourism was determined.

Conclusion. The study concluded that using search query data is an effective tool for assessing potential demand for a region's tourism resources. The study's findings have practical implications for specialists working on regional brand positioning and promotion technologies.

Keywords: content analysis, Vologda Region, region, potential demand, tourism resources, tourism

Conflict of interest. The authors declare no conflict of interest.

Funding. This work was supported by the Russian Science Foundation, Grant No. 24-18-01067 (<https://rscf.ru/project/24-18-01067/>).

For citation: Leonidova E.G., Balandina A.Yu. Assessment of the Potential Demand for the Region's Tourism Resources. *Russian Journal of Regional Studies*. 2026;34(2):284–304. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.26342.284-304>

ВВЕДЕНИЕ

Туристический бизнес в России динамично развивается, несмотря на экономические вызовы, а внутренний туризм остается главным драйвером роста отрасли [1]. Правительством РФ предпринимаются значительные усилия

по развитию туристической инфраструктуры, главным образом путем привлечения государственных и частных инвестиций, объем которых за девять месяцев 2024 года увеличился на 44 % и достиг 652 млрд руб. (почти в 1,5 раза больше, чем за аналогичный период 2023 г.¹).

Развитию туризма в российских регионах уделяется много внимания, что связано как с нестабильной геополитической ситуацией, так и с реализацией национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»². По состоянию на 2024 год число россиян, остановившихся в коллективных средствах размещения (КСР), увеличилось относительно прошлого года на 10 % и составило 81,3 млн.

Реализация названного проекта предполагает обеспечение к 2030 г. роста доли туризма в валовом внутреннем продукте страны до 5 % (по итогам 2025 года она составила 3,1 %³). Наиболее востребованными у россиян с точки зрения туризма являются несколько внутренних регионов [2]. В этих условиях важным становится наращивание туристического потока и развитие туристического предложения для территорий, потенциал которых не использован в полной мере [3; 4].

Интенсивный рост туристической отрасли в России начала XX века актуализирует вопросы, связанные с оценкой увеличения туристической привлекательности и спроса на туристические ресурсы в регионах, где туристическая активность невысока [5; 6]. Это критически важно именно для территорий с низким турпоток, поскольку в условиях конкуренции за клиента и ограниченности бюджетных средств формирование стратегии развития без знаний о динамике и структуре спроса в точках притяжения сопровождается рисками.

Официальная статистика фиксирует значение показателя, но по ней нельзя выявить скрытый, нереализованный интерес потребителей и понять, является он следствием отсутствия спроса или результатом неразвитости, несоответствия предложения. Объем туристического интереса может косвенно свидетельствовать об уровне неудовлетворенности инфраструктурой, территориях, перспективных для развития туризма. Кроме того, выход некоторых данных официальной статистики по туризму в разрезе муниципальных образований в России публикуется с запозданием в год, а проведение социологических опросов сопряжено с рисками получения нерепрезентативной выборки ответов.

Учитывая сказанное, традиционные методы исследования не позволяют оперативно и детально оценить не только реализованный, но и потенциальный спрос; выявить масштабы и структуру внутрирегионального туризма, который практически невидим для официальной статистики; диагностировать точечные структурные дисбалансы между спросом и предложением на уровне отдельных муниципалитетов и видов услуг.

Оценка потенциального спроса в туризме на основе анализа цифровых данных по туристическому интересу, выраженному через поисковые запросы в интернете, позволяет выявить скрытые тенденции, предпочтения потребителей и динамику

¹ Дмитрий Чернышенко: Почти в 1,5 раза выросли инвестиции в туризм в России в 2024 году [Электронный ресурс]. Правительство России : сайт. URL: <http://government.ru/news/53949/> (дата обращения: 13.02.2025).

² Туризм и гостеприимство. Национальные проекты России : сайт. URL: <https://национальныепроекты.рф/new-projects/turizm-i-gostepriimstvo/> (дата обращения: 13.02.2025).

³ Туризм: Валовая добавленная стоимость туристской индустрии [Электронный ресурс]. Федеральная служба государственной статистики : сайт. URL: <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 17.02.2025).



спроса до того, как они проявятся в фактических бронированиях или посещениях. В XX веке актуальность исследований туристических намерений посредством больших данных поисковых систем лишь возрастает [7].

Цель статьи – оценка потенциального спроса на туристические ресурсы региона на основе анализа данных поисковых запросов в условиях неполноты официальной статистической информации для решения научной проблемы измерения ненаблюдаемых сегментов спроса, в частности внутрорегионального туризма, и верификации цифровых следов как маркеров его формирования.

В рамках исследования проверялись следующие гипотезы:

H1: в структуре и динамике потенциального спроса на туристические ресурсы Вологодской области, характерных для местных (внутрирегиональный туризм) и жителей других субъектов РФ (въездной туризм), существуют статистически значимые различия, что свидетельствует о разных моделях потребительского поведения;

H2: анализ поисковых запросов позволяет идентифицировать конкретные структурные дисбалансы на туристическом рынке региона, а именно критические разрывы между высоким потенциальным спросом и недостаточным предложением для отдельных видов услуг в разрезе муниципалитетов.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Определение туристического спроса включает стадии намерения и реализации [8]. Если второе возможно провести по официальным статистическим данным, то единых подходов к измерению стадии намерения в настоящее время не существует.

В фокусе дискуссии находится проблема информационной базы, поскольку важно, чтобы данные являлись репрезентативными, а также доступными с точки зрения возможности их применения для каждого региона страны. В качестве подобной базы для оценки намерений, т. е. потенциального спроса, могут выступить большие информационные массивы поисковых систем [9]. Это обосновано рядом обстоятельств: поисковые запросы отражают потребительский интерес [10–12]; представлены большими данными, что позволяет собрать репрезентативную выборку; обновляются на регулярной основе; работа поисковых систем осуществляется в каждом регионе страны; анализ запросов в дальнейшем даст возможность прогнозировать туристический спрос на конкретные объекты, локальные территории, регионы [13].

Платформ для анализа цифровых следов пользователей несколько. Крупнейшей в мире является поисковая система Google, и самым популярным сервисом в большинстве стран выступает Google Trends. Он показывает динамику популярности запроса, распространенные и наиболее близкие, а также набирающие популярность формулировки в заданном местоположении и временном периоде. Информация предоставляется в виде агрегированного параметра, отражающего уровень интереса от 0 до 100. Используя данные сервиса, исследователи прогнозируют объем спроса на гостиничные номера [14] и туристические ресурсы территорий [15], а также моделируют поведенческие аспекты туристов, влияющие на выбор направления путешествий [16].

В России Google конкурирует с «Яндексом», чья доля на рынке достигла 70 % пользователей⁴. Платформа «Яндекс.Вордстат» (аналог Google Trends) предо-

⁴ Поисковые системы в России [Электронный ресурс]. Яндекс.Радар : сайт. URL: <https://radar.yandex.ru/search> (дата обращения: 13.02.2025).

ставляет количественные данные с 2018 г. (в разрезе месяцев) и географию запросов (РФ и другие страны). Сервис доказал эффективность для научных исследований в сфере туризма: выявляются сезонность и динамика запросов на достопримечательности, определяются наиболее популярные онлайн-объекты [17].

Данные поисковых запросов также позволяют проводить мониторинговые наблюдения в контексте изменения потенциального спроса на туристические услуги [18]. Подобные задачи были решены в отношении г. Белгорода [19], что дало возможность выявить стабильность туристического интереса и его выраженную сезонность. Кроме того, имеется опыт использования сервиса для определения устойчивости спроса туристов относительно событийных мероприятий в Республике Мордовия [20], гастрономического туризма Республики Татарстан [21]. Благодаря широкой географии запросов, отслеживаемых платформой «Яндекс.Вордстат», можно выявить специфику восприятия жителями приграничных территорий и целей поездок в соседние регионы [22].

Интерес вызывает возможность платформы отслеживать динамику запросов в территориальном и временном разрезе, в особенности применительно к внутрирегиональному туризму. Данные Росстата позволяют выявить спрос на путешествия в регион со стороны всех россиян, но исключают возможность определить потребление туруслуг местными жителями. Можно констатировать, что при проведении исследований ученые и эксперты испытывают потребность в адекватных способах измерения внутрирегионального туристического спроса в условиях недостатка официальной статистики. С этой точки зрения технологии «Яндекс.Вордстат» способствуют развитию такой тематики, как потенциальный внутрирегиональный спрос на туристические ресурсы территорий.

В условиях растущего интереса к использованию больших данных (в частности, поисковых запросов) для анализа туристического спроса большинство исследований опирается на сведения зарубежных сервисов, в первую очередь Google Trends. Однако для отечественной практики использование «Яндекс.Вордстат» более релевантно, хотя методически менее проработано. Существующие работы, как правило, фокусируются на анализе спроса со стороны внешних туристов (межрегиональном или международном въездном туризме). При этом внутрирегиональный туризм, потенциал и динамика которого изучены слабо, остается в значительной степени слепым пятном из-за отсутствия адекватного отражения в официальной статистике.

Имеющиеся исследования в основном ограничиваются изучением спроса на отдельные достопримечательности или виды туризма. Комплексный методический подход, позволяющий оценить совокупный потенциальный спрос на всю туристско-рекреационную систему региона (включая размещение, питание, наследие, события и т. д.) с привязкой к географическому принципу (муниципалитеты), разработан недостаточно. Кроме того, данные поисковых запросов редко используются для выявления структурных дисбалансов и дефицитов в туристическом предложении территории (например, нехватки конкретных видов размещения).

Таким образом, необходимо апробировать и доработать методику использования российского сервиса «Яндекс.Вордстат»; сместить акцент с исключительно въезд-



ного туризма на внутрирегиональный, чтобы оценить его масштабы и динамику; разработать комплексный подход для оценки спроса на всю многокомпонентную структуру туристических ресурсов региона.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Дизайн исследования. Исследование носит количественный характер и основано на методологии кейс-стади. На основе анализа больших данных поисковых запросов «Яндекс.Вордстат» в отношении Вологодской области с применением контент-анализа оценивался потенциальный спрос на туристические ресурсы региона в разрезе внутрирегионального и въездного туристических потоков⁵.

Объект и предмет исследования. В качестве объекта исследования выступила Вологодская область – регион Северо-Запада России, обладающий уникальным культурно-историческим и природным потенциалом, который не используется в полной мере; в качестве предмета – потенциальный спрос на туристические ресурсы региона.

Теоретическая база исследования. Работа развивает положения поведенческой экономики и экономики туризма, предлагая методический подход к проактивному моделированию спроса на основе цифровых маркеров потребительского поведения. Это позволяет пересмотреть классические модели формирования туристического спроса и дополнить их компонентом, который отражает процесс принятия решений потребителями в условиях цифровой среды.

Исследование опирается на федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»⁶, согласно которому к туристическим ресурсам относятся природные, исторические, социально-культурные объекты, включая объекты туристского показа, а также другие объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

Методология исследования и процедура анализа. Методологическая схема включает в себя пять этапов, обеспечивших системность исследовательского процесса. Первый посвящен выборке территорий для изучения. Она основывается на показателях туристического потока, предоставляемых Росстатом⁷, а также данных региональных туристско-информационных центров [23]. В рамках кейса Вологодской области были выбраны г. Вологда, Череповец, Великий Устюг, Вытегра, Кириллов, Белозерск, Тотьма, а также Устюженский, Грязовецкий, Сокольский и Нюксенский муниципалитеты, т. е. 11 туристических центров региона.

Второй этап предполагал отбор формулировок соответствующих поисковых запросов. По состоянию на 2025 год в реестре культурного наследия в Вологодской области числилось 912 памятников истории и культуры⁸. На данной территории расположены природные объекты, характеризующиеся туристско-рекреационным

⁵ Под туристическим потоком понимается численность лиц, размещенных в КСР.

⁶ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 23.07.2025) [Электронный ресурс]. КонсультантПлюс : сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462 (дата обращения: 14.02.2025).

⁷ Туризм: Основные показатели деятельности средств размещения по РФ и субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. Федеральная служба государственной статистики : сайт. URL: <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 17.02.2025).

⁸ Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации [Электронный ресурс]. Портал открытых данных Министерства культуры РФ : сайт. URL: <https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn#a:eyJ0YWliOiJldWlsZF90YWJsZSJ9> (дата обращения: 05.04.2026).

потенциалом (Шекснинское водохранилище, Белое озеро, Онежское озеро, река Сухона и др.); активно развивается событийный туризм: согласно данным туристско-информационных центров, в год проводится 15–20 фестивалей⁹.

Объем поисковых запросов трактуется как показатель потенциального туристического спроса, отражающий интерес пользователей к туристическим ресурсам региона.

На третьем этапе составлялась карта ключевых слов, а также осуществлялась их классификация. Работа сосредоточивалась на объектах, которые составляют основу туристического предложения региона, поскольку попытка проверить на популярность все имеющиеся объекты является чрезмерно трудоемкой, а излишнее количество ключевых слов создаст шум в данных [23]. В рамках исследования составлены 829 поисковых фраз, в том числе с применением вспомогательных формулировок, предлагаемых сервисом «Яндекс.Вордстат».

Формирование карты ключевых слов (табл. 1) осуществлялось ручным способом, что обусловлено следующими причинами. Во-первых, поскольку состав значимых туристических объектов существенно различается по регионам и муниципалитетам, для полноты охвата и репрезентативности данных список ключевых слов составлялся на основе сведений региональных туристско-информационных центров. Во-вторых, «Яндекс.Вордстат» учитывает каждую синтаксическую вариацию (включая предлоги и падежи) как отдельную поисковую единицу, требующую индивидуальной выгрузки. Таким образом, ручной сбор точных локализованных запросов – основной способ обеспечить репрезентативность данных с учетом уникальности туристических ресурсов каждого муниципалитета.

Таблица 1. Карта ключевых слов поиска

Table 1. Search keyword map

Тематика / Subject matter	Категория / Category	Пример запроса / Request example
1	2	3
КСР / CAF	Отели, гостиницы, хостелы, гостевые дома, базы отдыха, глэмпинги / Hotels, hostels, guest houses, recreation centers, glamping	«гостиницы + в Череповце», «базы отдыха + в Тотме» / “hotels + in Cherepovets”, “recreation centers + in Totma”
Общественное питание / Public catering	Рестораны, кафе, бары / Restaurants, cafe, bars	«рестораны Вологда», «кафе + в Устюжне» / “Vologda restaurants”, “cafe + in Ustyuzhna”
Культурное и историческое наследие / Cultural and historical heritage	Музеи, религиозные объекты, памятники истории и культуры, парки и скверы / Museums, religious sites, historical and cultural monuments, parks and squares	«музеи Нюксеница», «музей «Мир забытых вещей» + в Вологде», «Кирилло-белозерский музей-заповедник», «Спасо-Прилуцкий мужской монастырь» / “Nyuksenitsa museums”, “The World of Forgotten Things + Museum in Vologda”, “Kirillo-Belozersky Museum-Reserve”, “Spaso-Prilutsky Monastery”
Объекты природного наследия / Natural heritage sites	Национальные парки, водные объекты, озера и реки, памятники природы / National parks, water bodies, lakes and rivers, natural monuments	«Национальный парк Русский Север», «парк Русский Север Кириллов», «Дарвинский заповедник», «Опоки», «гейзер + на Сухоне» / “Russian North National Park”, “Kirillov Russian North Park”, “Darwin Nature Reserve”, “Opoki”, “geyser + on Sukhona”

⁹ Афиша событий [Электронный ресурс]. Туристский информационный центр Вологодской области : сайт. URL: <https://travel-vologda.ru/events/> (дата обращения: 04.05.2026).



Окончание табл. 1 / End of table 1

1	2	3
Событийные мероприятия / Event activities	Гастрономические фестивали, музыкальные фестивали, исторические фестивали / Gastronomic festivals, music festivals, historical festivals	«фестиваль Сугорье», «Сенофест + в Соколе», «фестиваль православной кухни», «голос ремесел» / “Sugorye Festival”, “Senofest + in Sokol”, “Orthodox cuisine Festival”, “voice of crafts”
Туристическое предложение / Tourist offer	Туры, экскурсии, туристические маршруты, активный отдых (сплав по реке, велотуры, походы и пр.) / Tours, guided tours, tourist routes, active recreation (rafting on the river, cycling, hiking, etc.)	«туры + в Белозерск», «экскурсии + по Череповцу», «турмаршруты Тотме», «сплав + по Сухоне» / “tours + to Belozersk”, “excursions + to Cherepovets”, “tour routes to Totma”, “rafting + according to Sukhona”

Примечание: КСР – коллективные средства размещения.

Note: CAF – collective accommodation facilities.

Источник: материал таблицы подготовлен авторами в ходе исследования.

Source: the table material was prepared by the authors during the research.

Выбор ключевых слов для анализа поисковых запросов основывался на принципах:

– системности охвата (включены все значимые категории туристических ресурсов в соответствии с федеральным законодательством);

– географической спецификации (использовались локализованные поисковые фразы с привязкой к конкретным муниципальным образованиям и туристическим объектам);

– поведенческой адекватности (отобраны термины, отражающие реальные паттерны поискового поведения потенциальных туристов на стадии планирования путешествия);

– иерархической организации (ключевые слова структурированы по тематическим группам и категориям для последующего многоуровневого анализа).

Такой подход позволил минимизировать ошибки отбора и обеспечил сопоставимость результатов анализа.

Четвертый и пятый этапы заключались в выгрузке и обработке данных. Для получения статистики поисковых запросов данные извлекались по каждому ключу отдельно, затем агрегировались по тематическим категориям. В результате были сформированы два информационных массива: 1) запросы жителей Вологодской области об отдыхе внутри региона; 2) запросы населения других регионов РФ об отдыхе в Вологодской области.

На последнем этапе проводился анализ потенциального спроса на гостиничную инфраструктуру.

Таким образом, полученные данные представляют потенциальный спрос, выраженный в пользовательском интересе, который служит индикатором туристических намерений и позволяет выявлять тренды, а также структурные дисбалансы. Временная рамка охватила 2019–2024 гг. (помесячно).

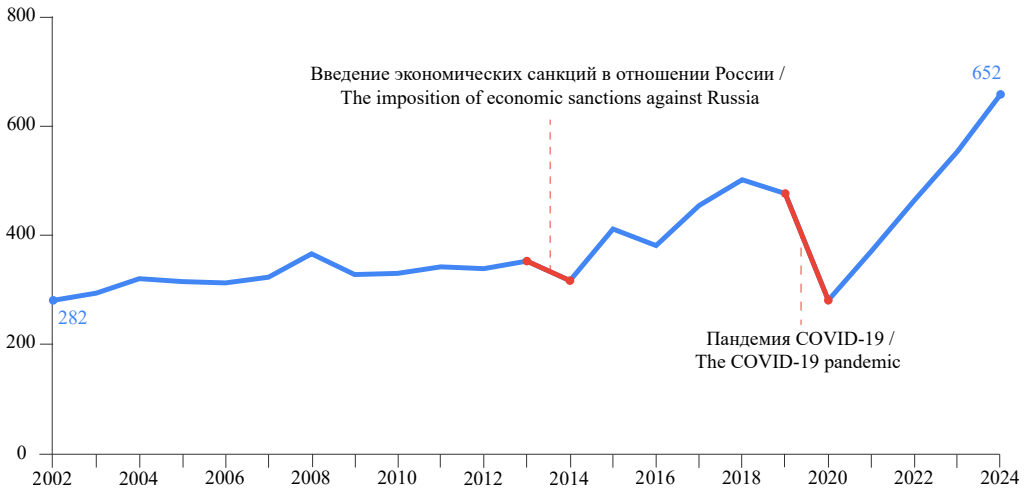
Выбор показателей, отражающих востребованность объектов гостиничной инфраструктуры региона, осуществлялся с учетом принципов их доступности (присутствуют в основных изданиях Федеральной службы государственной

статистики¹⁰), соответствия направлению исследования, комплексности (показывают территориальную дифференциацию объектов размещения и тенденции спроса на них со стороны туристов).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ развития туризма в регионе. Туристическая отрасль Вологодской области начала активное развитие в 1998 г. с запуском проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза»¹¹. С тех пор регион позиционирует туризм как приоритетный сектор экономики, развивая кластерные инициативы и национальные маршруты. Однако позиции области в туристическом рейтинге РФ ослабевают: в 2025 г. она заняла 44-е место, в 2024 – 43-е, в 2023 г. – 38-е место¹².

В 2002–2024 годах турпоток, оцениваемый по числу лиц, которые остановились в средствах размещения региона, демонстрировал устойчивый тренд на рост: показатель увеличился в 2 раза, достигнув в 2024 г. 0,6 млн чел. (рис. 1).



Р и с. 1. Динамика туристского потока Вологодской области в 2002–2024 гг., тыс. чел.

F i g. 1. The dynamics of the Vologda Region tourist flow in 2002–2024, thousand people

Источник: материал рисунков 1, 2 подготовлен авторами на основе данных: Туризм: Коллективные средства размещения [Электронный ресурс]. Федеральная служба государственной статистики : сайт. URL : <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 17.02.2025).

Source: the material for the figure was prepared by the authors based on the data: Tourism: collective accommodation facilities [Online]. Federal State Statistics Service : website. Available at: <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (accessed 17.02.2025).

Спад интереса к Вологодской области отмечен еще в 2014 г., что связано с ростом цен на товары и услуги на фоне введения европейскими странами экономических санкций в отношении России. В 2020 году в сравнении с 2019 число туристов

¹⁰ Туризм в Вологодской области в 2018–2023 годах : стат. сб. / Росстат ; Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда; 2024. 100 с.

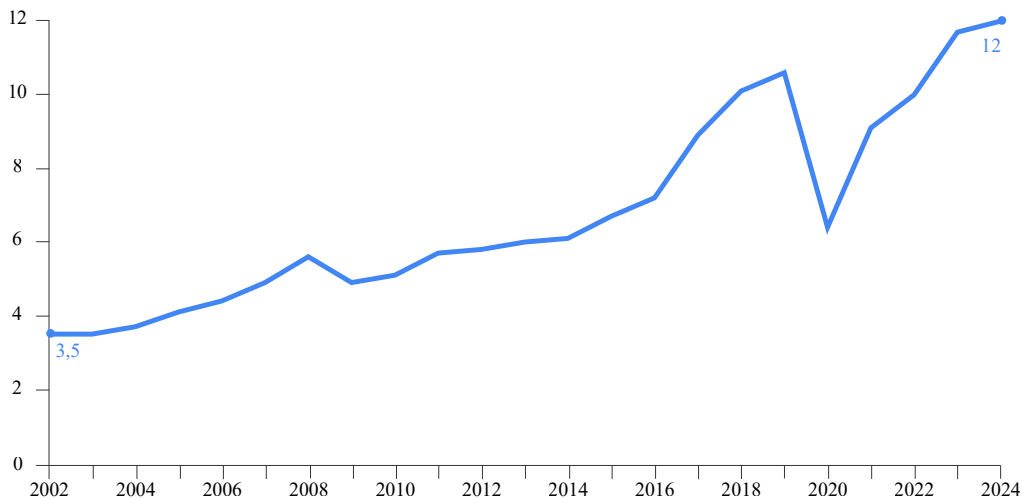
¹¹ Всероссийский Дед Мороз [Электронный ресурс]. URL: <https://dom-dm.ru/> (дата обращения: 13.04.2026).

¹² XI Национальный туристический рейтинг (Итоги 2025 года) [Электронный ресурс]. URL: <https://rustur.ru/xi-nacionalnyj-turisticheskij-rejting-itogi-2025-goda> (дата обращения: 17.02.2025).



сократилось на 60 % по причине карантинных мер в период пандемии COVID-19. Превзойти допандемийные значения региону удалось в 2023 г.: рост составил 10 %.

За анализируемый период наблюдений турпоток в регионы Северо-Западного федерального округа (СЗФО) увеличился в 3,4 раза (рис. 2). При этом доля Вологодской области в структуре турпотока округа сократилась с 8,2 до 5,5 %¹³.



Р и с. 2. Динамика численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения Северо-Западного федерального округа, млн чел.

F i g. 2. Dynamics of the number of people accommodated in collective accommodation facilities in the Northwestern Federal District, million people

Другими словами, при значительном повышении привлекательности регионов округа для туристов зафиксировано относительное снижение конкурентоспособности Вологодской области. Для того чтобы определить, какие территории теряют привлекательность на фоне снижения ее доли в турпотоке округа, необходимо выполнить анализ показателя на основе данных муниципальной статистики.

Анализ развития туризма в муниципальных образованиях. Динамика числа внутренних туристов, остановившихся в КСР в 2019–2023 гг.¹⁴, в разрезе муниципалитетов Вологодской области представлена в таблице 2.

Т а б л и ц а 2. Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения в муниципальных образованиях Вологодской области в 2019–2023 гг., чел.

T a b l e 2. Number of people accommodated in collective accommodation facilities in the Vologda Region municipalities in 2019–2023, people

Территория / Territory	Год / Year					2023 / 2019, %
	2019	2020	2021	2022	2023	
1	2	3	4	5	6	7
г. Вологда / Vologda	139 432	86 089	114 442	127 730	166 831	119,7
г. Череповец / Cherepovets	68 430	40 360	52 621	69 691	88 399	129,2

¹³ Туризм в Вологодской области в 2018–2023 годах...

¹⁴ На момент проведения исследования муниципальные статистические данные ограничивались 2023 г.

Окончание табл. 2 / End of table 2

1	2	3	4	5	6	7
<i>Муниципальные округа / Municipal districts</i>						
Кадуйский / Kaduysky	18 884	7 300	15 781	31 773	38 059	в 2 раза
Бабаевский / Babaevsky	3 189	1 594	5 171	4 762	5 674	177,9
Верховажский / Verkhovazhsky /	648	69	402	745	1083	167,1
Вытегорский / Vytegorsky	28 783	17 185	17 145	39 035	45 172	156,9
Кирилловский / Kirillovsky	8 700	4 991	7 228	10 340	11 526	132,5
Череповецкий / Cherepovets	27 316	17 006	27 151	31 940	34 231	125,3
Вологодский / Vologda	27 076	20 483	28 917	31 991	33 852	125,0
Белозерский / Belozersky	3 581	2 409	2 526	3 256	4 304	120,2
Вашкинский / Vashkinsky	3 536	2 447	3 416	3 993	3 834	108,4
Чагодощенский / Chagodoshchensky	5 943	6 492	6 270	4 312	6 068	102,1
Тотемский / Totemsky	17 123	9 402	14 970	17 049	16 565	96,7
Сокольский / Sokolsky	2 136	587	1 566	1 842	2 004	93,8
Грязовецкий / Gryazovetsky	7 343	6173	6 698	6 193	6 807	92,7
Никольский / Nikolsky	5 590	3 205	4 137	4 566	5 111	91,4
Великоустюгский / Velikoustyugsky	75 703	35 772	43 287	56 801	66 094	87,3
Устюженский / Ustyuzhensky	3 824	2 104	5 225	2 337	3 079	80,5
Бабушкинский / Babushkinsky	3 193	2 363	2 399	2 479	2 566	80,4
Сямженский / Syamzhensky	2 463	433	1 014	1 550	1 193	48,4
Нюксенский / Nyuksensky	6 967	3 861	4 031	2 917	3 105	44,6
Усть-Кубинский / Ust-Kubinsky	953	474	229	452	357	37,5
Шекснинский / Sheksninsky	9 797	8 309	1 325	2 457	2 664	27,2
Кичменгско-Городецкий / Kichmengsko-Gorodetsky	–	2 031	3 012	2 826	–	–
Харовский / Kharovsky	–	–	2 200	2 060	–	–
Вожегодский / Vozhegodsky	–	990	660	1 654	–	–
Тарногский / Tamogsky	–	30	50	50	–	–

Примечание: данные по Междуреченскому муниципальному образованию отсутствуют в статистическом сборнике.

Note: data on the Mezhdurechensk municipal formation is not available in the statistical collection.

Источник: составлено на основе данных: Туризм в Вологодской области в 2018–2023 годах...

Source: compiled based on data from: Tourism in the Vologda Region in 2018–2023...

Как видно из таблицы 2, в 2023 году Вологде удалось превзойти допандемийный уровень турпотока (+ 20 %). Наиболее заметный прирост показателя отмечен в Череповце (+ 29 %).

Увеличился турпоток и в муниципалитетах. Так, в положительную динамику областного показателя внесли вклад следующие округа: Кадуйский (рост



в два раза), Бабаевский (+ 78 %), Верховажский (+ 67), Вытегорский (+ 57 %). Хотя Кадуйский и Бабаевский муниципальные образования отличились высокими значениями турпотока¹⁵, они не были включены в выборку турцентров.

Так как Кадуйский округ связан с крупной Череповецкой агломерацией, то между ними образуются потоки маятниковых трудовых мигрантов: работодатель снимает в кадуйской гостинице жилье сотрудникам, а затем транспортирует их на работу в Череповец. Рост числа постояльцев в гостиницах Бабаевского округа тоже связан с агломерационными эффектами и развитием на территории лесопромышленного комплекса при сотрудничестве с череповецким холдингом, что увеличило число рабочих междумуниципальных поездок¹⁶.

Расширение турпотока в Верховажском округе обусловлено его пограничным положением с Архангельской областью. Часть туристов, направляющихся в г. Архангельск, останавливается на ночь в Верховажье. Вытегорскому району удалось увеличить турпоток благодаря популяризации природных объектов, в особенности Онежского озера, и мероприятиям Русского географического общества. В число аутсайдеров вошли 15 муниципальных образований. За 2019–2024 гг. основные центры притяжения туристов в области – Великоустюгский (– 13 %) и Тотемский округа (–3 %) не смогли восстановить объемы турпотока допандемийного уровня.

Согласно прогнозным оценкам в рамках реалистичного сценария, к 2035 г. прирост количества внутренних поездок в Вологодскую область составит не менее 359 тыс., въездных – не менее 2,8 тыс.¹⁷ Для выявления возможных ограничений и определения перспективных направлений развития туризма в регионе важно оценить динамику потенциального спроса населения на внутрирегиональные туристические ресурсы.

Результаты анализа потенциального спроса. Кривая запросов российских пользователей на КСР в Вологодской области в целом повторяет тенденции кривой турпотока, демонстрируя рост интереса населения к объекту исследования, что указывает на представительность полученных данных (табл. 3).

Т а б л и ц а 3. Сопоставление турпотока и потенциального спроса на гостиничные услуги Вологодской области со стороны россиян и местных жителей за 2019–2024 гг.

Table 3. Comparison of tourist flow and potential demand for hotel services in the Vologda Region from Russians and local residents in 2019–2024

Показатель / Indicator	Год / Year					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	2	3	4	5	6	7
Численность лиц, размещенных в КСР Вологодской области, тыс. чел. / The number of people accommodated in CAF in the Vologda Region, thousand people	477	282	372	465	554	658
Потенциальный спрос на КСР со стороны регионов РФ, тыс. запросов / Potential demand for CAF from Russian regions, thousands of requests	258	222	375	381	381	373

¹⁵ Туризм в Вологодской области в 2018–2023 годах... С. 49.

¹⁶ Строительство крупного завода по выпуску пиломатериалов экспортного качества стартовало на Вологодчине [Электронный ресурс]. Официальный портал Правительства Вологодской области : сайт. URL: <https://clck.ru/3ТууqM/> (дата обращения: 17.02.2025).

¹⁷ Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://arch.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2023/08/24/Этап_2_f7qgTvd.pdf (дата обращения: 18.02.2025). С. 267.

Окончание табл. 3 / End of table 3

1	2	3	4	5	6	7
Потенциальный спрос на КСР со стороны жителей области, тыс. запросов / Potential demand for CAF from residents of the region, thousands of requests	305	276	404	523	541	577

Примечание: КСР – коллективные средства размещения.

Note: CAF – collective accommodation facilities.

Источник: здесь и далее материал подготовлен на основе данных Яндекс.Вордстат [Электронный ресурс]. Яндекс : сайт. URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 10.02.2025).

Source: hereinafter in the article material is based on Yandex.Wordstat data [Online]. Yandex : website. Available at: <https://wordstat.yandex.ru/> (accessed 10.02.2025).

Потенциальный спрос со стороны регионов РФ на отдых в области за исследуемый период характеризовался в основном нисходящим трендом. Хотя в 2022–2023 годах интерес пользователей превысил уровень 2021 года (+ 2 %), отличившегося резким ростом показателя в ситуации смягчения ограничительных мер, в 2024 г. он опустился ниже значений 2021 года. Это сигнализирует о необходимости развития инфраструктуры, расширения турпредложения и интернет-продвижения региона.

В отличие от общероссийской динамики потенциальный спрос со стороны населения Вологодской области на отдых в регионе показывает устойчивый рост. По итогам 2024 года он в 1,5 раза превысил значение запросов из других субъектов РФ. После пандемии COVID-19 зафиксирован резкий рост спроса в 2021 (в 1,3 раза) и в 2024 г. (почти на 90 % относительно допандемийного 2019 г.). Регион теряет привлекательность для иногородних туристов, оставаясь востребованным у местного населения, что указывает на скрытый потенциал внутрирегионального туризма.

При сравнении темпов роста КСР, номерного фонда и спроса на них видно, что развитие инфраструктуры не поспевает за растущим спросом (табл. 4).

Таблица 4. Сопоставление динамики роста коллективных средств размещения (КСР) Вологодской области и потенциального спроса туристов на объекты гостиничной инфраструктуры
Table 4. Comparison of the dynamics of collective accommodation facilities (CAF) in the Vologda Region and the potential demand of tourists for hotel infrastructure facilities

Показатель / Indicator	Год / Year					2023 / 2019, %
	2019	2020	2021	2022	2023	
Численность лиц, размещенных в КСР, чел. / The number of people located in the CAF, people.	502 319	477 128	282 159	371 873	464 801	92,5
Число номеров, ед. / Number of rooms, units	5 821	5 543	5 793	6 098	6 363	109,3
Число КСР, ед. / Number of CAF, units	274	260	265	268	281	102,6
Потенциальный спрос населения регионов РФ на КСР, число запросов / Potential demand for CAF in Russian regions, number of requests	257 942	221 648	374 835	380 534	380 597	147,6
Потенциальный спрос жителей Вологодской области на КСР, число запросов / Potential demand of residents of the Vologda region for CAF, number of requests	305 453	276 239	404 367	523 094	541 110	177,2



За пять лет при увеличении номерного фонда лишь на 5,3 % совокупный потенциальный спрос на КСР жителей области вырос на 77,2 %. Если предположить, что потенциальный спрос на коллективные средства размещения трансформируется в реальный, то предложения гостиничного бизнеса может оказаться недостаточно. Самый высокий темп роста потенциального спроса на объекты размещения отмечен среди вологжан (+77 % в 2023 г. по отношению к 2019 г.).

Для выявления наиболее востребованного средства размещения было проанализировано число запросов по каждой категории объектов (табл. 5). Спрос со стороны жителей области на стандартные виды КСР стабильно растет, за исключением гостевых домов.

Т а б л и ц а 5. Динамика числа запросов жителей Вологодской области на коллективные средства (КСР) размещения в регионе

Table 5. Dynamics of the number of requests from Vologda Region residents for accommodation facilities (CAF) in the region

Вид КСР / Type of CAF	Год / Year						2024 / 2019, %
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Глэмпинг / Glamping	–	12	116	931	3 388	5 484	в 6 раз
Гостиница / Hotel	94 156	89 298	131 162	165 671	177 765	197 171	в 2 раза
Отель / Hotel	75 145	65 196	90 938	115 821	122 771	145 643	193,8
База отдыха / Recreation center	70 329	67 854	99 812	131 005	121 553	125 846	178,9
Хостел / Hostel	18 490	16 851	22 748	27 040	27 709	29 981	162,1
Гостевой дом / Guest house	8 427	8 545	11 700	15 093	12 656	11 674	138,5

Примечание: подкрашенная ячейка содержит значение по отношению к показателю 2022 года.

Note: the colored cell contains the value relative to the 2022 indicator.

Как видно из таблицы 5, наибольшее число запросов вологжан связано с информацией об инфраструктуре отдыха на природе – глэмпингах. В 2024 году потенциальный спрос на них, в отличие от традиционных баз отдыха, превысил предложение в шесть раз по отношению к 2022 г. Внимание к классическому варианту коллективных средств размещения (базам отдыха) начало постепенно снижаться (– 4 % в 2024 г. по отношению к 2022), что обусловлено растущей конкуренцией со стороны глэмпингов. В Вологодской области в 2024 г. насчитывалось всего пять подобных объектов.

ОБСУЖДЕНИЕ

Сопоставление полученных эмпирических данных с выводами предшествующих исследований обнаруживает как совпадения, так и определенные расхождения. Зафиксированная тенденция к опережающему росту спроса на рекреационные объекты, расположенные вне крупных городов, коррелирует с наблюдениями о постпандемийной переориентации туристических потоков в пользу природных территорий [3]. При этом вывод о доминировании внутрорегионального спроса над въездным вступает в противоречие с устоявшимся представлением о приоритетной роли межрегиональных потоков для экономики туризма [2].

Данное расхождение, вероятно, объясняется тем, что для субъектов с невысокой плотностью внешнего турпотока именно внутрорегиональная аудитория

генерирует основной объем информационного спроса, связанного с планированием досуга и краткосрочных поездок выходного дня. При этом вклад местных жителей в загрузку КСР может быть существенно ниже вклада внешних туристов в силу распространенности альтернативных вариантов ночевки (родственники, личные домовладения). Указанное обстоятельство выводит данный сегмент потребителей из поля зрения официальной статистики, но делает его заметным при анализе цифровых следов, что, в свою очередь, обозначает перспективное направление дальнейших изысканий.

Интерпретация полученных результатов позволяет утверждать, что анализ цифровых следов пользователей, агрегированных сервисом «Яндекс.Вордстат», представляет собой валидный инструмент для экспресс-диагностики туристических намерений в условиях неполноты и фрагментарности официальной статистики. Выдвинутая гипотеза о существовании статистически значимых различий в структуре спроса между резидентами и нерезидентами региона нашла эмпирическое подтверждение, что вносит вклад в развитие положений поведенческой экономики туризма, изложенных в трудах зарубежных исследователей. В отличие от работ, базирующихся на данных Google Trends и ориентированных преимущественно на макроэкономическое прогнозирование турпотоков [14; 15], настоящая методика адаптирована к российскому сегменту поисковых систем и позволяет достичь более высокой степени географической детализации.

Прикладным следствием проведенного анализа является идентификация узких мест в системе регионального предложения. Полученные данные подтверждают вторую гипотезу исследования, поскольку анализ поисковых запросов позволил не только зафиксировать наличие дисбаланса, но и количественно определить его масштаб. Расхождение между динамикой поисковых запросов о новых форматах размещения и фактическим наличием соответствующих объектов указывает на недостаточную гибкость гостиничного сектора в реагировании на изменение потребительских предпочтений. Дефицит объектов размещения подтверждают не только статистические данные¹⁸, но и выводы региональных исследователей¹⁹.

Вместе с тем необходимо обозначить методологические ограничения, присущие данному методическому подходу. Во-первых, формирование семантического ядра вручную, обусловленное уникальностью туристических ресурсов и невозможностью автоматической дезагрегации обобщенных запросов платформой, вносит элемент субъективности в отбор ключевых фраз. Во-вторых, полученные данные фиксируют лишь стадию формирования туристического намерения в цифровой среде; их проецирование на объемы реализованного спроса сопряжено с рядом методических допущений.

С одной стороны, репрезентативность поисковых запросов ограничена уровнем распространения сети интернет и долей населения, использующего поисковые системы для планирования путешествий. С другой, – в настоящее время отсутствуют эмпирически обоснованные коэффициенты конвертации запроса в фактическую поездку, что не позволяет однозначно судить о том, какая часть зафиксированного

¹⁸ Туризм: Коллективные средства размещения...

¹⁹ Леонидова Е.Г., Лукин Е.В., Румянцев Н.М. и др. Туризм как фактор социально-экономического развития территорий. Вологда: Вологодский научный центр Российской академии наук; 2023. 149 с. <https://www.elibrary.ru/deayos>



интереса трансформируется в реальный турпоток. В-третьих, отток части поисковой активности на агрегаторы бронирования потенциально занижает абсолютные показатели интереса, фиксируемые сервисом «Яндекс.Вордстат».

Несмотря на обозначенные ограничения, полученные результаты формируют достаточную эмпирическую основу для формулирования итоговых выводов и практических рекомендаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Главные аналитические выводы работы следующие.

1. Потенциальный спрос на отдых в Вологодской области растет как в среде жителей субъектов РФ, так и в среде местного населения. Это понимание уточнило сведения официальной статистики в отношении внутрирегионального туризма.

2. Различия в моделях туристического поведения жителей Вологодской области и туристов из других регионов РФ существенны. Для последних характерен интерес к классическим гостиницам и отелям в основных туристических центрах (г. Вологда, Череповец, Великий Устюг), что соотносится с данными о фактическом турпотоке. Снижение их поисковой активности после пика 2021 года свидетельствует о растущей конкуренции и необходимости для региона усиливать продвижение туристических услуг.

Установлено, что внутрирегиональным туристам свойствен спрос на гостиницы и базы отдыха для коротких поездок. Их запросы не только в 1,3 раза превышают объем запросов извне, но и демонстрируют устойчивую положительную динамику (+ 90 % к 2019 г.). Это доказывает, что внутрирегиональный туризм представляет собой самостоятельный и значимый сегмент рынка, на развитие которого должны быть направлены усилия региональных органов власти.

3. Выявлен и количественно оценен структурный дисбаланс между потенциальным спросом и предложением в сфере средств размещения. Обнаружен дефицит гостиничной инфраструктуры, неравномерный в разрезе категорий объектов. Критический разрыв наблюдается в сегменте глэмпингов: при шестикратном росте поискового спроса со стороны жителей области за 2022–2024 гг. в регионе функционировали лишь пять подобных объектов. Это указывает не только на общий дефицит, но и на несоответствие структуры предложения меняющейся структуре спроса, которая смещается в сторону комфортного отдыха на природе.

4. Обнаружен сдвиг в географии туристического интереса внутри Вологодской области в постпандемийный период. Сопоставление данных официальной статистики турпотока и динамики поисковых запросов пользователей выявило разнонаправленные тенденции. В то время как на известные культурно-исторические центры региона (г. Великий Устюг, Тотьма) спрос падает, фиксируется устойчивый рост интереса, помимо г. Вологда и Череповец, к территориям с высоким природным потенциалом. Это свидетельствует об активном перераспределении туристических потоков.

Описанная тенденция указывает на устойчивое изменение потребительских предпочтений в сторону отдыха на природе, сформировавшихся под влиянием постпандемийных факторов, а также поездок в крупные города. Следовательно, требуется разработка туристических продуктов, ориентированных на перспектив-

ные, набирающие популярность направления, которые отвечают современным запросам потребителей.

5. Установлена неразвитость регионального туристического предложения, выраженная в низкой диверсификации средств размещения. Несмотря на высокий спрос, сегмент гостевых домов демонстрирует наименьшие темпы роста (+ 38,5 % к 2019 г.) и стагнацию в 2023–2024 гг. Однако именно этот тип размещения является главным для малых исторических городов, где строительство крупных отелей нерентабельно.

6. Потенциальный спрос на туристические услуги региона опережает реальное развитие инфраструктуры; этот разрыв носит накопительный характер. Темпы роста потенциального спроса со стороны жителей области и других россиян многократно превосходят темпы роста числа номерного фонда за период 2019–2023 гг. Это может указывать на то, что проблема дефицита инфраструктуры не решается, а усугубляется с каждым годом.

Накопленный неудовлетворенный спрос создает значительные риски для развития туризма в регионе, так как приводит к росту цен, снижению качества обслуживания и, в конечном счете, разочарованию потенциальных туристов.

Таким образом, результаты проведенного исследования подтвердили все поставленные гипотезы.

Развитие внутреннего туризма в Вологодской области возможно посредством увеличения количества КСР и расширения номерного фонда, что повысит привлекательность региона и объемы туристического потребления [24]. В рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на поддержку строительства подобных объектов в 2023–2024 гг. было выделено 23 млрд руб.²⁰

Кроме того, решить проблему дефицита средств размещения в регионе возможно в рамках инвестиционных проектов. Согласно данным платформы «Инвестиционные проекты РФ», на территории Вологодской области планируется реализовать 10 инвестпроектов по строительству туристических комплексов и гостиниц, общей стоимостью в 24 млрд руб.²¹

В качестве одного из направлений по увеличению заполняемости средств размещения можно рассмотреть организацию комплексных туристических продуктов «трансфер + размещение + питание + экскурсия/фестиваль», согласованных с событийным календарем. Это позволит нарастить турпоток как в сезон, так и в межсезонье. Развитие рекламы и маркетинга выступает важным аспектом расширения сферы туризма в регионе.

Результаты исследования могут быть использованы региональными органами власти при оценке потенциального туристического спроса (внешнего и внутрирегионального) для продвижения регионального турпродукта. В продолжение работы планируется проведение анализа сезонности, структуры потенциального спроса, возможностей и особенностей его трансформации в реальный.

²⁰ 13 регионов впервые получают федеральные средства на строительство глэмпингов [Электронный ресурс]. Министерство экономического развития РФ: сайт. URL: https://economy.gov.ru/material/news/13_regionov_vpervye_poluchat_federalnye_sredstva_na_stroitelstvo_glempingov.html (дата обращения: 20.02.2025).

²¹ Инвестиционные проекты РФ [Электронный ресурс]. Инвестиционные проекты: цифровая платформа : сайт. URL: <https://investprojects.info/> (дата обращения: 20.02.2025).



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. Структурные изменения экономики: поиск отраслевых драйверов роста. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2019;12(6):166–181. <https://doi.org/10.15838/esc.2019.6.66.9>
2. Семеркова Л.Н., Зинченко С.В., Бижанова Е.М. Актуальные проблемы неравномерного распределения туристских потоков. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. 2019;(1):168–178. <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2019-1-17>
3. Леонидова Е.Г., Румянцев Н.М. Сценарное моделирование потребления туристских услуг в России. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2023;16(2):35–51. <https://doi.org/10.15838/esc.2023.2.86.2>
4. Баландина А.Ю. Анализ сезонности потенциального туристического спроса в регионе на основе поисковых запросов. *Проблемы развития территории*. 2025;29(4):85–105. <https://doi.org/10.15838/ptd.2025.4.138.6>
5. Пшеничных Ю.А. Актуальные проблемы неравномерного распределения туристских потоков и пространственного развития туризма в Ростовской области. *Сервис в России и за рубежом*. 2021;15(3):119–130. <https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-3-119-130>
6. Донскова Л.И., Крюкова Е.М., Зеленев В.В. Трансформация поведения потребителей и их предпочтений в сфере туризма под влиянием социальных изменений. *Социальная политика и социология*. 2022;21(4):5–13. <https://www.elibrary.ru/vidawt>
7. Nicolau J., Kim H., Liu X. The Search Value Model: Detecting Abnormal Searching Behavior. *Annals of Tourism Research*. 2021;(87):103007. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103007>
8. Лебедев К.А. Закономерности формирования туристического спроса в современных условиях. *Вестник УрФУ. Серия Экономика и управление*. 2015;(1):50–66. <https://doi.org/10.15826/vestnik.2015.14.1.004>
9. Yang C., Wu J. Forecasting Tourism Demand with Search Query: Comparison of Social Media and Search Engine. *Tourism Review*. 2026;81(1):147–166. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2024-1161>
10. Wu Y., Liu Q. A Novel Deep Learning-Based Visual Search Engine in Digital Marketing for Tourism E-Commerce Platforms. *Journal of Organizational and End User Computing*. 2024;36(1):1–27. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.340386>
11. Xiang Z., Wang D., O'Leary J., Fesenmaier D. Adapting to the Internet: Trends in Travelers' Use of the Web for Trip Planning. *Journal of Travel Research*. 2015;54(4):511–527. <https://doi.org/10.1177/0047287514522883>
12. Du J.T., Mohammad Arif A.S., Hansen P. Collaborative Query Reformulation in Tourism Information Search. *Online Information Review*. 2019;43(7):1115–1135. <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2018-0371>
13. Vyas C. Evaluating State Tourism Websites Using Search Engine Optimization Tools. *Tourism Management*. 2019;(73):64–70. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.019>
14. Liu J., Li X., Guo Y. Periodicity Analysis and a Model Structure for Consumer Behavior on Hotel Online Search Interest in the US. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017;29(5):1486–1500. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2015-0280>
15. Yang Y., Guo J., Sun S. Tourism Demand Forecasting and Tourists' Search Behavior: Evidence from Segmented Baidu Search Volume. *Data Science and Management*. 2021;(4):1–9. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2021.10.002>
16. Kang S., Kim W., Park D. Understanding Tourist Information Search Behaviour: The Power and Insight of Social Network Analysis. *Current Issues in Tourism*. 2021;24(3):403–423. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1771290>
17. Kim Y.R., Liu A., Stienmetz J., Chen Y. Visitor Flow Spillover Effects on Attraction Demand: A Spatial Econometric Model with Multisource Data. *Tourism Management*. 2022;(88):104432. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104432>
18. Барашко А.В., Демьянов С.А. Мониторинг Белорусского туристического рынка на основе анализа поисковых запросов. *Туризм и гостеприимство*. 2018;(2):23–29. <https://ojs.poleusu.by/TG/article/view/1128>
19. Вишневецкая Е.В. Анализ спроса на достопримечательности города Белгорода на основе поисковых запросов. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2020;5(2):20–31. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-2>

20. Пакшина И.А. Этнособытийная привлекательность региона: анализ и оценка. *Регионоведение*. 2023;31(3):527–547. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.124.031.202303.527-547>
21. Липагова А.В. Влияние имиджевых характеристик медиаобраза региона на его туристическую привлекательность (на примере Республики Татарстан). *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2022;16(4):65–74. URL: <https://clck.ru/3TzYKP> (дата обращения: 17.04.2025).
22. Михайлова А.А., Хвалей Д.В. География «цифровых следов» калининградцев в приграничье Польши и Литвы: результаты контент-анализа. *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Естественные и медицинские науки*. 2022;(2):30–45. URL: <https://journals.kantiana.ru/vestnik/nature/9979/62599/> (дата обращения: 17.04.2025).
23. Li X., Pan B., Law R., Huang X. Forecasting Tourism Demand with Composite Search Index. *Tourism Management*. 2017;(59):57–66. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.005>
24. Леонидова Е.Г. Оценка экономических эффектов от развития туристической инфраструктуры России. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2024;17(4):144–160. <https://doi.org/10.15838/esc.2024.4.94.8>

REFERENCES

1. Leonidova E.G., Sidorov M.A. Structural Changes in the Economy: Searching for Sectoral Drivers of Growth. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. 2019;12(6):166–181. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15838/esc.2019.6.66.9>
2. Semerkova L.N., Zinchenko S.V., Bizhanova E.M. Actual Problems of Uneven Distribution of Tourist Streams. *University Proceedings. Volga Region. Social Sciences*. 2019;(1):168–178. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2019-1-17>
3. Leonidova E.G., Rumyantsev N.M. Scenario Modeling of Tourism Services Consumption in Russia. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecas*. 2023;16(2):35–51. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15838/esc.2023.2.86.2>
4. Balandina A.Yu. Seasonality Analysis of Potential Tourist Demand in the Region Based on Search Queries. *Problems of Territory's Development*. 2025;29(4):85–105. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15838/ptd.2025.4.138.6>
5. Pshenichnykh J.A. Topical Problems of Uneven Distribution of Tourist Flows and Spatial Tourism Development in Rostov Region. *Services in Russia and Abroad*. 2021;15(95):119–130. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-3-119-130>
6. Donskova L.I., Kryukova E.M., Zelenov V.V. Transformation of Consumer Behavior and Their Preferences in the Field of Tourism under the Influence of Social Changes. *Social Policy and Sociology*. 2022;21(4):5–13. (In Russ., abstract in Eng.) <https://www.elibrary.ru/vidawt>
7. Nicolau J., Kim H., Liu X. The Search Value Model: Detecting Abnormal Searching Behavior. *Annals of Tourism Research*. 2021;(87):103007. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103007>
8. Lebedev K.A. Laws of Formation of Tourism Demand in Modern Conditions. *Bulletin of Ural Federal University. Series Economics and Management*. 2015;(1):50–66. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15826/vestnik.2015.14.1.004>
9. Yang C., Wu J. Forecasting Tourism Demand with Search Query: Comparison of Social Media and Search Engine. *Tourism Review*. 2026;81(1):147–166. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2024-1161>
10. Wu Y., Liu Q. A Novel Deep Learning-Based Visual Search Engine in Digital Marketing for Tourism E-Commerce Platforms. *Journal of Organizational and End User Computing*. 2024;36(1):1–27. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.340386>
11. Xiang Z., Wang D., O'Leary J., Fesenmaier D. Adapting to the Internet: Trends in Travelers' Use of the Web for Trip Planning. *Journal of Travel Research*. 2015;54(4):511–527. <https://doi.org/10.1177/0047287514522883>
12. Du J.T., Mohammad Arif A.S., Hansen P. Collaborative Query Reformulation in Tourism Information Search. *Online Information Review*. 2019;43(7):1115–1135. <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2018-0371>
13. Vyas C. Evaluating State Tourism Websites Using Search Engine Optimization Tools. *Tourism Management*. 2019;(73):64–70. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.019>
14. Liu J., Li X., Guo Y. Periodicity Analysis and a Model Structure for Consumer Behavior on Hotel Online Search Interest in the US. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017;29(5):1486–1500. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2015-0280>



15. Yang Y., Guo J., Sun S. Tourism Demand Forecasting and Tourists' Search Behavior: Evidence from Segmented Baidu Search Volume. *Data Science and Management*. 2021;(4):1–9. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2021.10.002>
16. Kang S., Kim W., Park D. Understanding Tourist Information Search Behaviour: The Power and Insight of Social Network Analysis. *Current Issues in Tourism*. 2021;24(3):403–423. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1771290>
17. Kim Y.R., Liu A., Stienmetz J., Chen Y. Visitor Flow Spillover Effects on Attraction Demand: A Spatial Econometric Model with Multisource Data. *Tourism Management*. 2022;(88):104432. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104432>
18. Barashko A.V., Demyanov S.A. Monitoring of the Belarusian Tourist Market Based on the Analysis of Search Queries. *Tourism and Hospitality*. 2018;(2):23–29. (In Russ., abstract in Eng.) <https://ojs.polessu.by/TG/article/view/1128>
19. Vishnevskaya E.V. Analysis of Demand for Sights of the City of Belgorod Based on Search Queries. *Research Result. Business and Service Technologies*. 2020;5(2):20–31. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-2>
20. Pakshina I.A. Ethno-Event Attractiveness of the Region: Analysis and Assessment. *Russian Journal of Regional Studies*. 2023;31(3):527–547. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15507/2413-1407.124.031.202303.527-547>
21. Lipatova A.V. Influence of the Image Characteristics of the Media Image of the Region on its Tourist Attractiveness (On the Example of the Republic of Tatarstan). *Service and Tourism: Current Challenges*. 2022;16(4):65–74. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://clck.ru/3TzYKP> (accessed 17.04.2025).
22. Mikhaylova A.A., Hvalev D.V. Geography of “Digital Footprints” of Kaliningrad Citizens in the Border Regions of Poland and Lithuania: Results of Content Analysis. *IKBFU's Vestnik. Series: Natural Sciences*. 2022;(2):30–45. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://journals.kantiana.ru/vestnik/nature/9979/62599/> (accessed 17.04.2025).
23. Li X., Pan B., Law R., Huang X. Forecasting Tourism Demand with Composite Search Index. *Tourism Management*. 2017;(59):57–66. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.005>
24. Leonidova E.G. Assessing the Economic Effects of Tourism Infrastructure Development in Russia. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. 2024;17(4):144–160. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15838/esc.2024.4.94.8>

Об авторах:

Леонидова Екатерина Георгиевна, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, заведующий лабораторией отраслевых исследований Центра структурных исследований и прогнозирования территориального развития Вологодского научного центра Российской академии наук (160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9206-6810>, Researcher ID: I-8400-2016, Scopus ID: 57743001500, SPIN-код: 1368-5595, eg_leonidova@mail.ru

Баландина Арина Юрьевна, младший научный сотрудник Центра структурных исследований и прогнозирования территориального развития Вологодского научного центра Российской академии наук (160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8898-8249>, Researcher ID: GNW-2404-2022, SPIN-код: 9840-7685, arina.kudrevich@yandex.ru

Вклад авторов:

Е. Г. Леонидова – разработка концепции; научное руководство; написание рукописи – рецензирование и редактирование.

А. Ю. Баландина – разработка методологии; проведение исследования; написание рукописи – рецензирование и редактирование; валидация результатов; визуализация.



Доступность данных и материалов. Наборы данных, использованные и/или проанализированные в ходе текущего исследования, можно получить у авторов по обоснованному запросу.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Поступила 05.03.2025; одобрена после рецензирования 05.11.2025; принята к публикации 18.11.2025.

About the authors:

Ekaterina G. Leonidova, Cand.Sci. (Econ.), Senior Researcher, Head of the Laboratory of Sectoral Studies of the Center for Structural Research and Forecasting of Territorial Development, Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56a Gorky St., Vologda 160014, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9206-6810>, Researcher ID: I-8400-2016, Scopus ID: 57743001500, SPIN-code: 1368-5595, eg_leonidova@mail.ru

Arina Yu. Balandina, Researcher, Center for Structural Research and Forecasting of Territorial Development, Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56a, Gorky St., Vologda 160014, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8898-8249>, Researcher ID: GNW-2404-2022, SPIN-code: 9840-7685, arina.kudrevich@yandex.ru

Contribution of the authors:

E. G. Leonidova – conceptualization; supervision; writing – review and editing.

A. Yu. Balandina – methodology; investigation; writing – review and editing; validation; visualization.

Availability of data and materials. The datasets used and/or analyzed during the current study are available from the authors on reasonable request.

The authors have read and approved the final manuscript.

Submitted 05.03.2025; revised 05.11.2025; accepted 18.11.2025.