

## Стимулирование внутреннего спроса как фактора экономического роста (на примере сферы внутреннего туризма)\*



**Евгений Владимирович  
ЛУКИН**

Вологодский научный центр Российской академии наук  
Вологда, Российская Федерация, 160014, ул. Горького, д. 56а  
E-mail: lukin\_ev@list.ru



**Екатерина Георгиевна  
ЛЕОНИДОВА**

Вологодский научный центр Российской академии наук  
Вологда, Российская Федерация, 160014, ул. Горького, д. 56а  
E-mail: eg\_leonidova@mail.ru



**Максим Андреевич  
СИДОРОВ**

Вологодский научный центр Российской академии наук  
Вологда, Российская Федерация, 160014, ул. Горького, д. 56а  
E-mail: maxis44@yandex.ru

\* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант № 18-010-01012 А «Моделирование структурных изменений экономики региона на основе межотраслевого баланса как инструмент обоснования экономической политики».

**Для цитирования:** Лукин Е.В., Леонидова Е.Г., Сидоров М.А. Стимулирование внутреннего спроса как фактора экономического роста (на примере сферы внутреннего туризма) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 4. С. 125–143. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8

**For citation:** Lukin E.V., Leonidova E.G., Sidorov M.A. Boosting domestic demand as a driving force of economic growth (on the example of domestic tourism sphere). *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2018, vol. 11, no. 4, pp. 125–143. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8

**Аннотация.** Тенденцией современного развития российской экономики, испытывающей влияние системного экономического кризиса и сложившейся внешнеполитической и внешнеэкономической обстановки, выступает изменение структурных пропорций, проявляющихся в сужении внутреннего спроса на товары и услуги. Это ведет к недопотреблению товаров и услуг, а соответственно, к сокращению стимулов у предприятий для наращивания объемов производства. Между тем стимулирование внутреннего потребительского спроса может рассматриваться в качестве фактора, способного обеспечить экономический рост. В связи с этим возникает необходимость научного обоснования направлений стимулирования внутреннего спроса, которые в текущих экономических условиях способны изменить структурные связи и тем самым обеспечить рост экономики. В нашем исследовании предпринята попытка расчета потенциального эффекта для экономики от стимулирования потребления гражданами страны товаров и услуг, производимых сферой внутреннего туризма. В качестве методологической основы исследования были использованы общенаучные методы анализа, синтеза, сравнения, обобщения, а также оригинальный методический инструментарий, базирующийся на методологии межотраслевого баланса. Новизна результатов состоит в развитии методологии и совершенствовании инструментария использования межотраслевого баланса для анализа и оценки вклада внутреннего туризма в формирование внутреннего спроса и последствий для экономики от его стимулирования, что отличает наше исследование от аналогичных работ других ученых. В статье приведены аналитические данные, отражающие декомпозицию валового внутреннего продукта в разрезе его ключевых компонентов, состояние внутреннего потребительского спроса в России в сравнении с зарубежными странами, а также дана оценка эффекта для экономики от развития сферы внутреннего туризма. В заключение предложены направления активизации данной сферы, позволяющие стимулировать внутренний потребительский спрос. В дальнейшем будут продолжены работы по совершенствованию инструментария структурного моделирования, позволяющего обосновывать экономическую политику как на уровне экономики в целом, так и в рамках межотраслевых комплексов и видов экономической деятельности.

**Ключевые слова:** внутренний потребительский спрос, внутренний туризм, экономический рост.

### 1. Введение.

В новом майском Указе Президента РФ<sup>1</sup> ставится цель: к 2024 году войти в число пяти крупнейших экономик мира, обеспечив темпы экономического роста выше мировых при сохранении макроэкономической стабильности. Пока же российская экономика находится на шестом месте в мире (после Китая, США, Индии, Японии и Германии), а темпы ее роста последние пять лет уступают мировым (рис. 1), т.е. Россия не наращивает, а, напротив, снижает свою долю в мировом ВВП. За 2008–2017 гг. рост валового внутреннего продукта страны составил лишь 4,4%. За этот же период мировая экономика выросла на 23,8%.

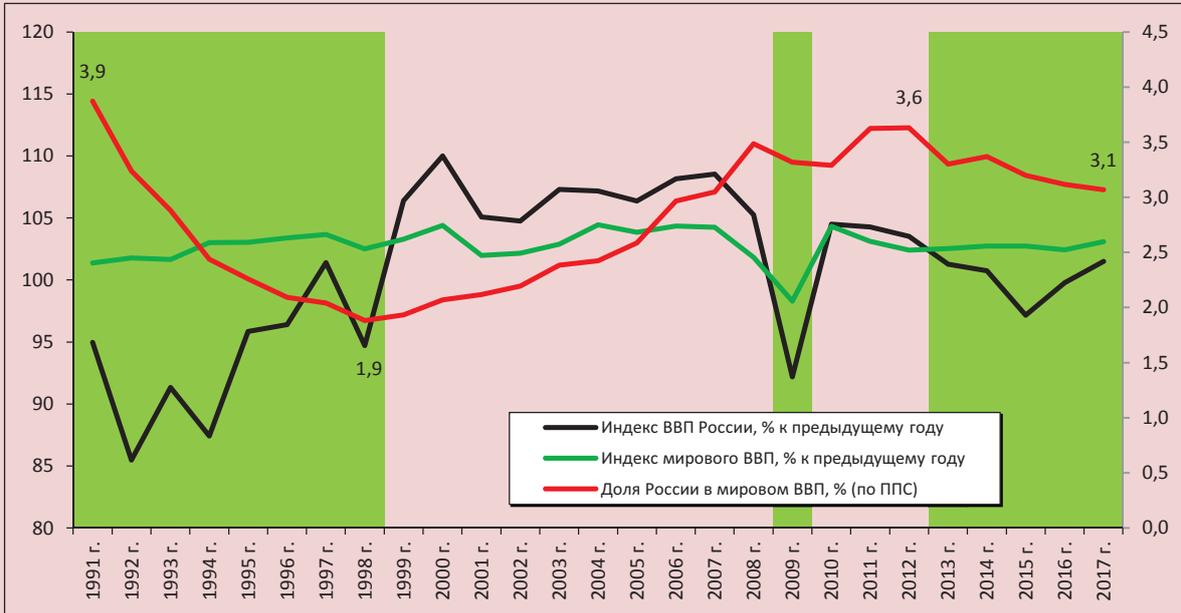
Особенностью сложившейся модели развития является высокая зависимость экономики

от внешней конъюнктуры и результатов экспортно-импортной деятельности [1]. Несмотря на то что в структуре ВВП России на чистый экспорт (т.е. экспорт за вычетом импорта) приходится не более 10%, он выступает одним из ключевых факторов экономического роста (а чаще спада) (рис. 2). Например, по итогам 2017 года его вклад в прирост ВВП составил -2,3% (экспорт +1,3%; импорт -3,6%).

Очевидно, что для достижения поставленной Президентом цели необходимы серьезные преобразования в экономике. В экспертной среде и политических кругах страны развернулась дискуссия, в фокусе внимания участников которой – факторы и причины падения экономики, а также те меры, которые следует принять для преодоления негативных тенденций и вывода экономики на траекторию устойчивого роста. Консенсус достигнут только в одном – в отношении необходимости структурных реформ.

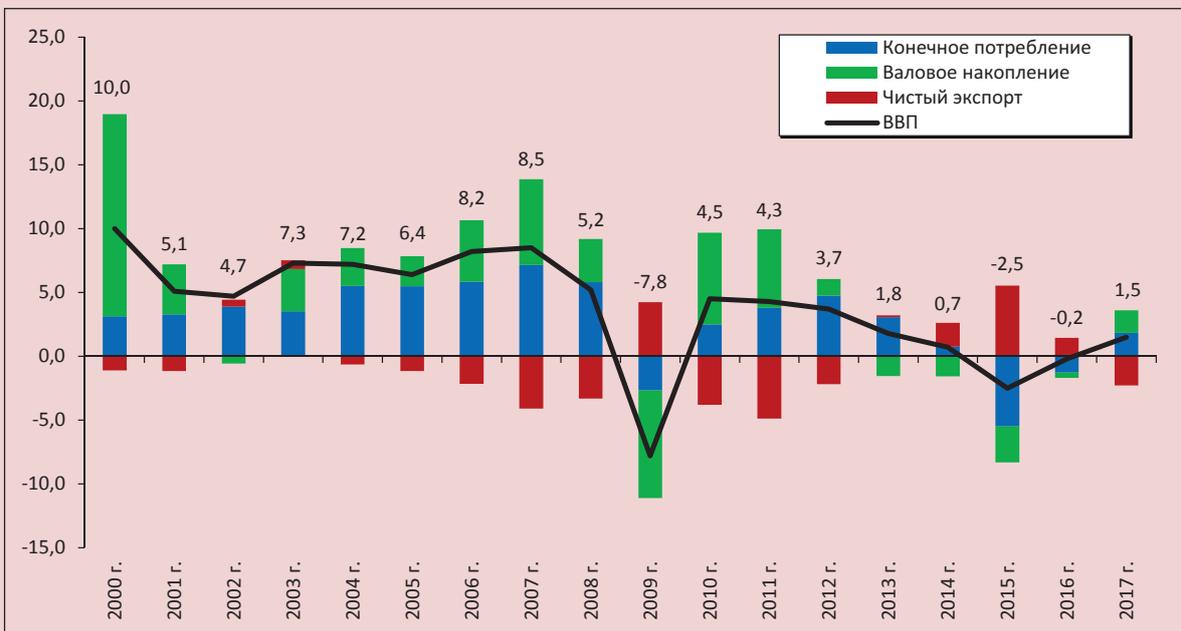
<sup>1</sup> Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Рисунок 1. Динамика ВВП России и мира (левая шкала) и доли России в мировом ВВП (правая шкала) (зеленой заливкой обозначены периоды, в которых темпы роста ВВП России уступали среднемировым)



Источник: рассчитано авторами на основе данных Всемирного банка.

Рисунок 2. Вклад факторов экономического роста в прирост ВВП России, %



Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

Об этом неоднократно заявляли представители экономических властей страны: министр экономики М.С. Орешкин<sup>2</sup>, председатель Правительства Д.А. Медведев<sup>3</sup>, председатель Центрального банка Э.С. Набиуллина<sup>4</sup>, председатель правления Сбербанка России Г.О. Греф<sup>5</sup> и др.

На страницах ведущих научных журналов также обсуждаются вопросы структурной перестройки экономики [2–7]. Основной акцент при этом делается на снижении зависимости экономики от цен на углеводороды, стимулировании внутренних источников ее роста [9].

Из проведенного нами анализа теоретических работ следует, что в качестве такого источника, менее зависимого от внешних условий и более поддающегося регулированию, может рассматриваться внутренний спрос<sup>6</sup>.

В частности, по мнению И.А. Погосова, модель развития, ориентированная на внутренний

<sup>2</sup> «Мы концентрируемся на структурных ограничениях экономического роста и мерах, которые такие ограничения снимают. ... Министерство экономического развития должно сформулировать те изменения, которые помогут преодолевать эти структурные ограничения» (источник: Можно сделать серьезный шаг вперед к росту доли белой экономики // Коммерсант. 2017. 8 января. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3186798>).

<sup>3</sup> «Восстановить нормальные темпы роста только за счет денежной и бюджетной политики не получится, требуются серьезные структурные реформы, хотя мы об этом говорим последние лет, наверное, 15» (источник: Для восстановления роста российской экономики требуются структурные реформы // Комсомольская правда. 2017. 12 января. Режим доступа: <https://www.kp.ru/online/news/2624661>).

<sup>4</sup> «Если цена на нефть выше — мы можем расти чуть быстрее, но тем не менее при любой цене наша оценка такова: без структурных преобразований мы стабилизируемся на планке 1,5–2 процента» (источник: Набиуллина призвала провести структурные реформы ради роста экономики // Lenta.ru. 2017. 5 апреля. Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2017/04/05/reform>).

<sup>5</sup> «Все, по-моему, пришли к выводу, что кризис, в котором мы сейчас находимся, не циклический, а структурный. И, в общем, бороться с ним надо совершенно стандартным набором мер. Сегодня нет никакого другого средства, кроме как наконец заняться структурными реформами» (источник: Подъем ВВП заменяют разговоры о структурных реформах // Независимая газета. 2017. 5 апреля. Режим доступа: [http://www.ng.ru/economics/2017-04-05/1\\_6967\\_vvp.html](http://www.ng.ru/economics/2017-04-05/1_6967_vvp.html)).

<sup>6</sup> Под внутренним спросом понимается конечное потребление товаров и услуг резидентами. Он включает в себя потребление частного и общественного сектора и валовые капиталовложения.

спрос, позволяет опираться на внутренние источники роста. Это дает возможность удовлетворять потребности страны в товарах народного потребления и оборудовании за счет национального производства. В этом случае сокращаются ограничения, связанные с внешнеэкономической конъюнктурой и масштабами добычи энергоресурсов. Одновременно расширяются потенциальные возможности увеличения темпов роста национальной экономики [10]. В работе В. Кондратьева подчеркивается, что экономический рост в развивающихся странах под действием таких процессов, как цифровизация и децентрализация, будет обеспечен за счет внутренних структурных реформ, направленных на стимулирование внутреннего спроса и на расширение индустриальной базы [11].

При этом актуальным является определение путей стимулирования внутреннего спроса. В частности, по мнению экспертов Института народнохозяйственного прогнозирования РАН, к секторам экономики, располагающим потенциалом роста в краткосрочной перспективе, относятся топливно-энергетический, химический, агропромышленный и строительный комплексы, а также сектор коммерческих и персональных услуг [12].

Впрочем, этим не исчерпывается перечень направлений, способных стимулировать внутренний спрос и тем самым обеспечить рост экономики. На наш взгляд, среди таковых может рассматриваться стимулирование потребления населением товаров и услуг, производимых сферой внутреннего туризма. Каким образом это происходит? Жители государства, путешествуя внутри его границ, предъявляют спрос на товары и услуги, потребляют их, стимулируя производителей увеличивать объемы продукции.

Значимость внутреннего туризма для экономики достаточно очевидна. Он не только способствует увеличению доходной части бюджетов различных уровней через налоги, но и стимулирует инвестиционную активность, создает новые рабочие места, повышает занятость населения. Кроме того, туризм как отрасль народного хозяйства обладает мультипликативным эффектом. Через цепочку «расходы — доходы» стимулируется развитие до 53 смежных отраслей народного хозяйства. Например,

в США по итогам 2016 г. на туризм пришлось 8,1% ВВП, из которых 80% – вклад, связанный с расходами американцев на потребление внутренних туристских продуктов<sup>7</sup>. В странах, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития, на внутренний туризм в 2016 г. пришлось около 76% потребления туристских товаров и услуг<sup>8</sup>.

В Российской Федерации сфера внутреннего туризма не столь развита. Вместе с тем ее потенциал достаточен для того, чтобы рассматриваться в качестве источника экономического роста. Таким образом, целью исследования является обоснование стимулирования внутреннего спроса как фактора роста экономики на основе потребления населением товаров и услуг сферы внутреннего туризма. Для достижения поставленной цели требуется решить следующие задачи: провести анализ состояния внутреннего спроса и обосновать значимость его стимулирования в целях обеспечения экономического роста, оценить эффект для экономики от увеличения спроса населения на внутренний туризм, а также предложить меры по стимулированию потребления товаров и услуг данной сферы.

## 2. Методология и методы исследования.

Методологическую основу составили труды ученых (В.В. Ивантер, А.А. Широ, Б. Порфирьев [3], А. Аганбегян [5], И.А. Погосов [10], О.С. Сухарев [7; 8] и др.), занимающихся исследованием проблем обеспечения экономического роста, в том числе на основе стимулирования внутреннего спроса.

Значимость внутреннего туризма для экономики отражена в исследованиях российских и зарубежных ученых. В частности, вопросам влияния туризма на экономику посвящены работы Т.Н. Григоренко, Л.Н. Казминой, В.И. Кружалина, К.В. Кружалина, Н.В. Шабалиной и других авторов [13; 14]. Учеными МГУ им. М.В. Ломоносова предложены направления развития видов туристской деятельности, способных активизировать спрос населения на туристские ресурсы (лечебно-оздоровительный и автотуризм) [15].

<sup>7</sup> По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям.

<sup>8</sup> По данным Организации экономического сотрудничества и развития. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>

Достаточно подробно российскими исследователями освещены ключевые проблемы данной сферы, сдерживающие ее развитие в стране. Одно из направлений решения проблем внутреннего туризма специалисты видят в неотложном принятии государством экономических мер [16]. В исследовании С.А. Быстрова подробно рассмотрен отечественный опыт использования существующих методов поддержки и стимулирования развития внутреннего туризма [17]. В работе З.А. Зюляева моделируется спрос на внутренний туризм в Российской Федерации и анализируются факторы формирования этого спроса [18]. Ю.О. Владыкиной и Н.А. Розумной на примере сибирских территорий выполнен анализ спроса на внутренний туризм [19].

В зарубежных исследованиях внутреннему туризму уделено больше внимания вследствие более длительного периода его изучения. Так, в работе [20] на примере туристского рынка Китая доказано, что большее значение для экономики имеет развитие внутреннего туризма, чем выездного и въездного. При этом особо подчеркивается роль внутреннего туризма для региональной экономики [21; 22; 25]. Кроме того, итальянскими учеными определено, что данный вид туризма имеет большой потенциал для устранения структурных диспропорций в экономике [23]. Этот вывод подтверждается результатами применения модели «затраты-выпуск» внутреннего туризма Бразилии [25], а также отдельных регионов Японии [26].

Вместе с тем анализ перечисленных работ позволил заключить, что вопросам влияния сферы внутреннего туризма в контексте стимулирования потребительского спроса уделено недостаточно внимания.

Оценка состояния внутреннего спроса и его составляющих, исследование структуры потребительских расходов домашних хозяйств базируется на общенаучных методах сравнения, обобщения, анализа, синтеза и др.

Для обоснования источников внутреннего спроса и оценки последствий для экономики от их стимулирования был использован метод моделирования.

В рамках исследования предлагается межотраслевая модель экономики для проведения вариантных расчетов оценки изменения объемов выпуска товаров и услуг, численности ра-

ботников, фонда оплаты труда по отдельным видам экономической деятельности и всей экономике в целом при сокращении или росте конечного спроса на продукцию одного из видов деятельности. То есть модель дает возможность увидеть, что произойдет с экономикой, если простимулировать спрос на тот или иной продукт; насколько при этом возрастет выпуск товаров и услуг в отрасли и в целом по экономике; насколько потребуется увеличить численность работников и фонд заработной платы.

Модель опирается на основное уравнение межотраслевого баланса. В матричной форме оно имеет вид:

$$x = Ax + y, \quad (1)$$

где  $x$  – вектор общего объема продукции;  $A$  – матрица коэффициентов прямых затрат;  $y$  – вектор конечного продукта.

В моделировании использовалось уравнение:

$$(E - A)^{-1} \cdot y = x, \quad (2)$$

где  $E$  – единичная матрица;  $(E - A)^{-1}$  – матрица коэффициентов полных затрат.

На основании полученной матричной зависимости можно рассчитать, каким должен быть объем реализации  $x$  во всех отраслях<sup>9</sup> экономики, если планируется изменение конечного спроса  $y$ , т.е. производится расчет полных затрат.

Приведем алгоритм расчета.

1. На основе данных таблицы использования товаров и услуг рассчитывается матрица прямых затрат  $A$ . Для этого определяется доля прямых затрат  $F_{ij}$  в объеме выпуска продукции  $X_j$ :

$$a_{ij} = F_{ij} / X_j \quad (3)$$

Элемент  $a_{ij}$  матрицы  $A$  показывает расход товара  $i$  непосредственно при производстве единицы продукции отрасли  $j$ .

2. Далее вычисляется матрица полных затрат  $B = (E - A)^{-1}$ . Для этого из единичной матрицы  $E$  вычитается матрица  $A$ . Полученная матрица возводится в степень  $-1$ , т.е. находится обратная матрица  $(E - A)^{-1}$ .

<sup>9</sup> Понятия «отрасль» и «вид экономической деятельности» в данном исследовании используются как синонимы.

Элемент  $b_{ij}$  матрицы  $B$  характеризует потребность в валовом выпуске отрасли  $i$ , который необходим для получения в процессе материального производства единицы конечного продукта отрасли  $j$ . Коэффициенты полных затрат отражают всё многообразие и сложные косвенные связи, возникающие в процессе общественного воспроизводства.

3. Матрица полных затрат, умноженная на вектор планируемого конечного потребления  $y_j$ , равняется валовому выпуску продукции всех отраслей  $x_i$ :

$$x_i = f(y_1, y_2, \dots, y_n) = \sum_{j=1}^n b_{ij} y_j \quad (4)$$

Расчеты по оценке эффекта от потребления товаров и услуг сферы внутреннего туризма требуют вычленения, с помощью стандартных статистических приемов, из рассчитанной в рамках системы национальных счетов добавленной стоимости по специфическим и неспецифическим для туризма видам деятельности той части, которая обусловлена туристским потреблением, и нахождения ее доли в валовом внутреннем продукте. В дальнейшем эта доля применима для расчета вклада туризма в формирование других макроэкономических показателей (занятость, доходы бюджета и т.п.).

Для расчета туристского выпуска и туристской добавленной стоимости по видам деятельности, связанным с туризмом, было решено использовать вместо данных обследования бюджетов домашних хозяйств сведения об уровне и структуре расходов на отдых. Эти данные были экспертно оценены на основе имеющейся информации о структуре туристских расходов по Республике Казахстан. Обоснования применимости данного подхода представлены в разделе 3.3.

Расчеты по данному алгоритму были произведены по 37 видам экономической деятельности, в том числе по семи так называемым туристско ориентированным: деятельности гостиниц и ресторанов; деятельности сухопутного транспорта; деятельности водного транспорта; деятельности воздушного транспорта; деятельности туристических агентств, деятельности по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта.

### 3. Результаты исследования.

#### 3.1. Состояние внутреннего спроса и его основных составляющих.

Удельный вес внутреннего спроса в использовании ВВП составляет более 90% (в т.ч. конечного потребления домашних хозяйств – 52%, государственного управления – 18%, валового накопления – 24%). Однако, несмотря на столь высокие показатели, в последние годы его вклад в прирост ВВП достаточно скромнен.

По итогам 2017 г. вклад внутреннего спроса «перекрыл» убыль от чистого экспорта и составил 3,6% (в т.ч. конечного потребления домашних хозяйств +1,8%, государственного управления +0,1%, валового накопления +1,8%). Причем поддержка внутреннего спроса позволила выйти на положительные темпы экономического роста в 1,5%.

По оценкам Минэкономразвития, в ближайшие годы рост ВВП будет определяться более чем наполовину конечным потреблением домашних хозяйств. В 2018 г. его вклад в экономический рост составит 1,4% (для сравнения приведем данные о вкладе других компонен-

тов: валовое накопление – +0,9%, чистый экспорт – +0,1%; общий прирост ВВП – +2,1%) (табл. 1).

Почему так важно наличие внутреннего платежеспособного спроса? Дело в том, что он является одним из основных факторов при планировании деятельности на предприятиях, принятии решений о наращивании или снижении загрузки мощностей, реализации инвестиционных проектов.

Опыт зарубежных стран показывает, что стимулирование потребительских расходов может выступить фактором экономического роста. В США, например, расходы на конечное потребление домашних хозяйств составляют почти 70% ВВП. При этом если сравнивать стоимостные объемы конечного внутреннего спроса в расчете на душу населения, то оказывается, что в России он в 2,5 раза ниже, чем в США, и в 2 раза ниже, чем в Германии (табл. 2).

Итогом этого является отсутствие спроса внутри страны на многие виды товаров и необходимость экспорта низкотехнологичных товаров, т.к. только в качестве поставщиков сырья

Таблица 1. Вклад компонентов конечного использования в темпы прироста ВВП РФ, % к предыдущему году

Показатель	2016 г.	2017 г. (оценка)*	2018 г.	2019 г.	2020 г.
			Прогноз		
<b>ВВП использованный</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>
1. Расходы на конечное потребление, в т.ч.:	-2,3	1,2	1,2	1,1	1,2
1.1. Домашних хозяйств	-2,3	1,2	1,4	1,3	1,2
1.2. Государственного управления	-0,1	0,1	-0,2	-0,2	-0,1
2. Валовое накопление, в т.ч.	0,3	1,6	0,9	1,0	1,3
Валовое накопление основного капитала	-0,4	0,9	1,0	1,2	1,3
3. Чистый экспорт, в т.ч.:	1,5	-0,8	0,1	0,0	-0,2
Экспорт	0,9	1,0	0,9	0,6	0,5
Импорт	-0,6	-1,8	-0,8	-0,6	-0,7

\* Оценка Минэкономразвития на сентябрь 2017 г.; итоговые данные Росстата за 2017 г. другие.  
Источник: Прогноз социально-экономического развития РФ на 2018 г. и на плановый период 2019 и 2020 гг. / Минэкономразвития. – С. 16.

Таблица 2. Конечное потребление в РФ, США и ФРГ в 2016 г.

Страна	Конечное потребление, % ВВП			ВВП по ППС, трлн. долл.	Конечное потребление по ППС, трлн. долл.	Численность населения, млн. чел.	Конечное потребление на душу населения по ППС, тыс. долл.
	Всего	Домохозяйства	Госсектор				
РФ	71,4	53,4	18,1	3,581	2,557	146,8	17,418
США	83,1	68,8	14,3	17,270	14,351	325,1	44,137
ФРГ	72,8	53,3	19,6	4,030	2,934	82,8	35,435

Источник: рассчитано авторами на основе данных Всемирного банка.

нашим производителям удастся встроиться в мировые цепочки добавленной стоимости. Такое положение вещей по спирали усугубляет развитие экономики — из-за недополученной добавленной стоимости сокращаются доходы компаний, государства и населения. Это в свою очередь снижает потребительский спрос и возможности для инвестирования.

Узость внутреннего рынка и негативная динамика его развития, выступающие одними из основных сдерживающих экономический рост факторов, ведут к недопотреблению товаров и услуг, сокращению стимулов у предприятий для наращивания производства и увеличению глубины переработки сырья.

За период с 2011 по 2017 г. объем внутреннего спроса в России сократился на 1,5% (табл. 3). При этом потребительские расходы выросли лишь на 5,4%, расходы госуправления снизи-

лись на 0,5%, валовое накопление основного капитала — на 2,5%. Импорт сократился на 10,8%.

В структуре внутреннего спроса большая часть приходится на потребление домашних хозяйств. В 2017 г. их доля составила более 55%, причем за последние 7 лет она увеличилась почти на 4 п.п. (табл. 4).

Обратим внимание на тот факт, что, несмотря на сокращение стоимостных объемов импорта, его соотношение с объемом внутреннего спроса увеличилось за рассматриваемый период почти на 5 п.п. (с 22,7 до 27,6%).

Таким образом, негативное состояние внутреннего спроса (в т.ч. потребительского) в России представляется статистически установленным. Темпы его роста замедлились, а душевые объемы существенно уступают показателям развитых стран.

Таблица 3. Внутренний спрос в РФ, трлн. руб. (в ценах 2017 г.)

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2011 г., %
Внутренний спрос	88,1	93,3	94,5	93,6	85,2	83,6	86,7	98,5
1. Расходы на конечное потребление, в т.ч.	62,4	66,4	69,2	69,8	64,3	63,1	64,8	103,8
1.1. Домашних хозяйств	45,4	49,0	51,5	52,6	47,6	46,3	47,9	105,4
1.2. Государственного управления	16,6	17,1	17,2	16,9	16,3	16,5	16,5	99,5
2. Валовое накопление, в т.ч.	25,7	26,8	25,3	23,8	20,8	20,4	22,0	85,5
Валовое накопление основного капитала	20,5	21,5	21,8	21,4	19,0	19,1	20,0	97,5
Справочно:								
Экспорт	20,0	20,3	21,2	21,3	22,1	22,8	24,0	119,9
Импорт	21,3	23,4	24,2	22,5	16,8	16,2	19,0	89,2

Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

Таблица 4. Структура внутреннего спроса в РФ, % (в ценах 2017 г.)

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2011 г., п.п.
Внутренний спрос	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	—
1. Расходы на конечное потребление, в т.ч.	70,8	71,2	73,2	74,6	75,5	75,5	74,7	+3,8
1.1. Домашних хозяйств	51,6	52,5	54,6	56,2	55,9	55,4	55,2	+3,6
1.2. Государственного управления	18,9	18,3	18,2	18,0	19,2	19,7	19,1	+0,2
2. Валовое накопление, в т.ч.	29,2	28,8	26,8	25,4	24,5	24,5	25,3	-3,8
Валовое накопление основного капитала	23,2	23,1	23,1	22,9	22,3	22,9	23,0	-0,2
Справочно:								
Отношение импорта к внутреннему спросу	22,7	21,7	22,4	22,8	25,9	27,3	27,6	+4,9

Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

Стимулирование внутреннего спроса может запустить рост экономики в стране. Эффект от повышения потребительских расходов начинает проявляться очень быстро, в течение месяцев. Одновременно создаются предпосылки для долгосрочного роста, поскольку предприятия, обслуживающие потребительский спрос, получают возможность приращения ресурсов для инвестиций. Однако все эти процессы запускаются только в том случае, если приобретаемая продукция будет российского производства. Поэтому важно понимать, какие товары и услуги потребляют домохозяйства и кто является производителем этих товаров и услуг – отечественные или иностранные компании.

### 3.2. Структура потребительских расходов домохозяйств.

В структуре потребительских расходов домашних хозяйств России преобладают расходы

на продукты питания и напитки, транспорт, жилищно-коммунальные услуги, топливо, одежду, обувь, отдых (табл. 5).

Рассмотрение структуры формирования ресурсов этой продукции в российской экономике (по данным последнего отчетного межотраслевого баланса) позволяет выделить в ней долю импорта (табл. 6), которая оказалась наибольшей в ресурсах одежды и обуви (почти 69%), предметов домашнего обихода и бытовой техники (свыше 60%). Остальные потребительские товары и услуги в определяющей степени (более чем на 85%) отечественного производства.

Если сопоставить структуру потребительских расходов домашних хозяйств и долю импорта в ресурсах потребляемой ими продукции, то можно отметить, что перспективным направлением, способным стимулировать внутренний потребительский спрос, может рассматриваться сфера, объединяющая выпуск товаров и услуг,

Таблица 5. Структура потребительских расходов домашних хозяйств РФ в 2016 г., % к итогу

Товар или услуга	Доля
Потребительские расходы, в т.ч.	100,0
Продукты питания и напитки	35,4
Транспорт	13,3
Жилищно-коммунальные услуги, топливо	11,3
Одежда и обувь	9,2
Организация отдыха	6,7
Предметы домашнего обихода, бытовая техника	5,9
Здравоохранение	3,6
Гостиницы, кафе и рестораны	3,5
Связь	3,3
Образование	0,8
Другие товары и услуги	7,0

Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

Таблица 6. Доля импорта в ресурсах некоторых видов продукции РФ, % от общего объема

Товар или услуга	Доля импорта
Продукты питания и напитки	15,4
Транспорт	11,3
Жилищно-коммунальные услуги, топливо	1,2
Одежда и обувь	68,8
Организация отдыха	6,8
Предметы домашнего обихода, бытовая техника	60,4
Здравоохранение	0,1
Гостиницы, кафе и рестораны	0,3
Связь	4,7
Образование	0,2

Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

предназначенных для удовлетворения потребностей населения в отдыхе, — внутренний туризм.

### 3.3. Результаты оценки стимулирования внутреннего спроса на примере сферы внутреннего туризма.

Сложность оценки экономического эффекта от стимулирования потребления товаров и услуг внутренними туристами заключается в том, что в официальной статистике РФ этот вид туризма не выделен как отдельная отрасль экономики.

В данном исследовании расчеты рассматриваемого эффекта на примере сферы внутреннего туризма будут произведены на основе структуры потребления товаров сферы туризма Казахстана, с которым Российскую Федерацию исторически связывают устойчивые экономические отношения, носящие интенсивный и

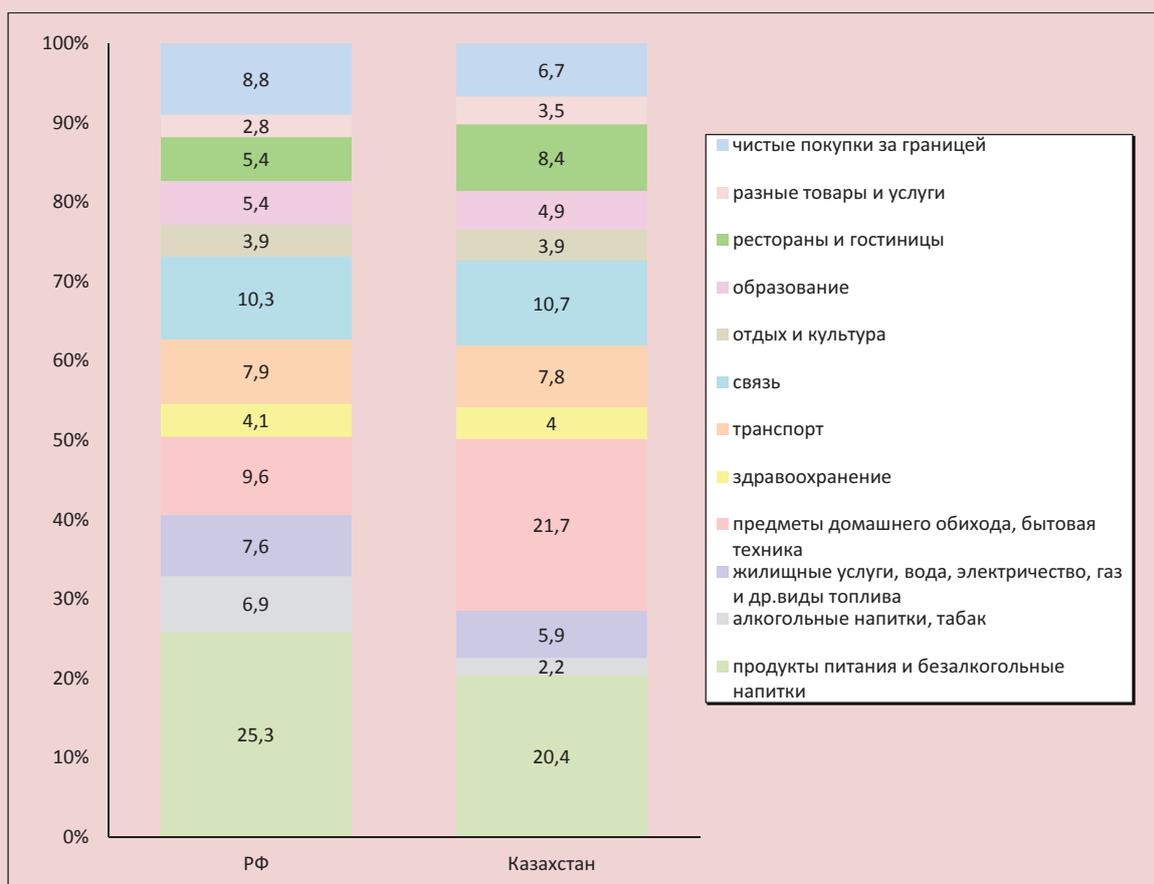
динамичный характер, отличающиеся высоким уровнем всестороннего взаимодействия.

Как показал анализ, структура потребительского поведения жителей Казахстана и РФ в отношении услуг имеет сходство (рис. 3). В частности, расходы на отдых составили 5,4% в Российской Федерации, 4,9% в Республике Казахстан, на услуги ресторанов и гостиниц — 2,8 и 3,5% соответственно.

Следует отметить, что в Казахстане статистическое наблюдение в туризме осуществляется в соответствии с методологией вспомогательного счета, учитывающей различные относящиеся к туризму аспекты спроса на товары и услуги.

С помощью этих статистических данных определим структуру потребления согласно ви-

Рисунок 3. Структура фактического конечного потребления домашних хозяйств РФ и Казахстана, в % к итогу



Источник: Россия и страны мира. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016. 379 с.

дам туризма, а также его влияние на выпуск продукции других видов деятельности.

Анализ показал, что внутренние туристы в наибольшей степени потребляют товары и услуги, оказываемые турагентствами – 17,5%, а также предприятиями общественного питания – 15,2%. Что касается въездного туризма, то здесь основная часть туристских расходов приходится на сектор размещения и общественного питания – 25,2 и 15,8% соответственно (табл. 7).

Анализ данных межотраслевого баланса Российской Федерации и видов экономической деятельности, относящихся к туризму, дает представление о том, как выглядит рассматриваемая структура потребления в российских условиях (табл. 8).

Исходя из этого, можно отметить, что туристско-ориентированными продуктами являются услуги индустрии средств размещения (99%), турагентств (98%) и транспортного сектора (59%).

Таблица 7. Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам, в %

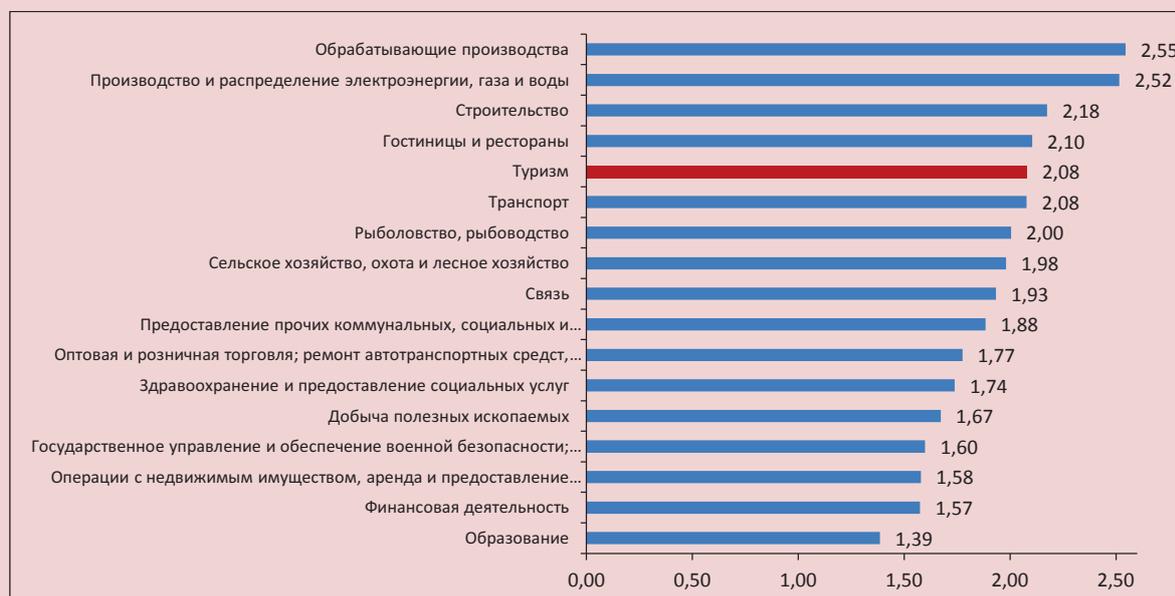
Продукты	Потребление, относящееся к туризму внутри страны		
	Расходы, относящиеся к въездному туризму	Расходы, относящиеся к внутреннему туризму	Расходы, относящиеся к туризму внутри страны
<b>Потребительские продукты</b>	<b>97,2</b>	<b>97,2</b>	<b>97,2</b>
<b>Типичные туристские продукты</b>	<b>67,0</b>	<b>73,7</b>	<b>69,9</b>
Услуги по размещению посетителей	25,2	13,7	29,6
1а. Услуги по размещению посетителей, кроме услуг в пункте 1	25,2	13,7	20,3
1. Услуги по размещению, связанные со всеми типами собственности в отношении домов для отдыха	х	х	х
2. Услуги предприятий общественного питания	15,8	15,2	15,5
3. Услуги железнодорожного пассажирского транспорта	4,4	6,4	5,3
4. Услуги дорожного пассажирского транспорта	0,2	3,7	1,7
5. Услуги водного пассажирского транспорта	0,0	0,0	0,0
6. Услуги воздушного пассажирского транспорта	9,2	8,8	9,0
7. Услуги сдачи в аренду транспортного оборудования	2,0	0,3	1,3
8. Туристические агентства и другие услуги по бронированию	1,0	17,5	8,0
9. Услуги в области культуры	2,3	1,2	1,8
10. Спортивные и рекреационные услуги	7,0	6,9	7,0
11. Типичные туристские товары для конкретной страны	х	х	х
12. Типичные туристские услуги для конкретной страны	х	х	х
<b>Другие потребительские продукты</b>	<b>30,2</b>	<b>23,5</b>	<b>27,3</b>
<b>Изделия, обладающие определенной ценностью</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>
<b>Всего</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Источник: данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан.

Таблица 8. Потребление, относящееся к туризму в Российской Федерации, в разбивке по продуктам, в %

Продукты	Потребление, относящееся к туризму внутри страны
Услуги гостиниц, кемпингов и прочих мест для временного проживания	0,995
Услуги общественного питания	0,281
Услуги междугородного пассажирского железнодорожного транспорта	0,328
Дорожный пассажирский транспорт	0,008
Водный транспорт	0,259
Услуги по пассажирским перевозкам воздушным транспортом	0,586
Услуги туристических агентств и туроператоров; услуги по обслуживанию туристов, не включенные в другие группировки	0,978
Услуги в области культуры	0,122
Другие отрасли	0,00004

Рисунок 4. Коэффициенты полных затрат в различных видах экономической деятельности в России, рублей на 1 рубль продукции



Примечание. При формировании ВЭД «Туризм» из всех видов экономической деятельности вычтено туристское потребление.

Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

Использование методологии межотраслевого баланса позволило рассчитать значение коэффициента полных затрат (рис. 4), который характеризует полные затраты продукции одной отрасли на производство единицы продукции других отраслей. Чем выше значения данного показателя, тем больший экономический эффект для экономики имеет отрасль. Как свидетельствуют данные расчетов, по значению коэффициента полных затрат на один рубль произведенной продукции внутренний туризм уступает только промышленности и строительству.

Применение межотраслевого инструментария дает возможность просчитать эффект<sup>10</sup> от изменения спроса в экономике.

Допустим, в результате стимулирования потребления резидентами страны товаров и услуг, производимых сферой внутреннего туризма, конечный спрос на его товары и услуги вырос

<sup>10</sup> Под эффектом понимается прирост валового выпуска, численности работников и фонда оплаты труда в соответствующих видах экономической деятельности.

на 10% (что может быть обусловлено повышением доходов населения, реализацией инвестиционных проектов в туризме, развитием инфраструктуры, проведением активной информационной кампании и т.д.). Увеличение объема конечного спроса в рассматриваемой сфере приведет к приросту основных экономических показателей по всем видам экономической деятельности.

По нашим расчетам стимулирование конечного спроса на внутренний туризм на 10% обеспечит в целом по экономике прирост валового выпуска продукции в 346 млрд. рублей и численности работников на 142, 8 тыс. человек (табл. 9). Кроме того, увеличится фонд заработной платы. Прирост средней заработной платы составит 416 рублей.

Наибольший эффект стимулирование потребления населением товаров и услуг сферы внутреннего туризма окажет на транспортную отрасль. Это объясняется тем, что в структуре вида экономической деятельности «Туризм» транспорт имеет наибольшую долю.

Таблица 9. Прирост основных экономических показателей по видам экономической деятельности от стимулирования потребления товаров и услуг сферы внутреннего туризма на 10%

Вид экономической деятельности	Прирост валового выпуска, млн. руб.	Прирост численности работников, чел.	Прирост фонда заработной платы, млн. руб.	Прирост средней заработной платы, руб.
Транспорт	155428	54046	27,855	515
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	38740	12251	5,853	478
Гостиницы и рестораны	28852	27035	6,808	252
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	15093	3996	1,768	442
Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов	14704	358	0,351	979
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	14236	9092	2,940	323
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	12141	7480	2,108	282
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	9140	667	0,572	857
Производство транспортных средств и оборудования	7825	2369	1,027	434
Финансовая деятельность	7071	2297	1,932	841
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	5849	1505	0,484	322
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	5340	1119	0,444	397
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	4928	2546	1,123	441
Строительство	4873	2786	1,002	360
Связь	3838	4499	1,768	393
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3697	3902	0,924	237
Производство машин и оборудования	3322	2024	0,783	387
Химическое производство	2971	611	0,289	472
Производство резиновых и пластмассовых изделий	1551	575	0,172	300
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	1499	544	0,197	362
Производство прочих неметаллических и минеральных продуктов	1260	655	0,221	337
Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	694	215	0,126	585
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	640	290	0,146	503
Прочие производства (включая мебель и вторсырьё)	639	245	0,063	258
Текстильное и швейное производство	546	484	0,091	189
Рыболовство, рыбоводство	317	129	0,072	560
Обработка древесины и производство изделий из дерева	313	167	0,041	244
Образование	277	656	0,212	323
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	236	255	0,086	338
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	19	16	0,003	214
В целом по экономике	346039	142815	59,461	416

Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

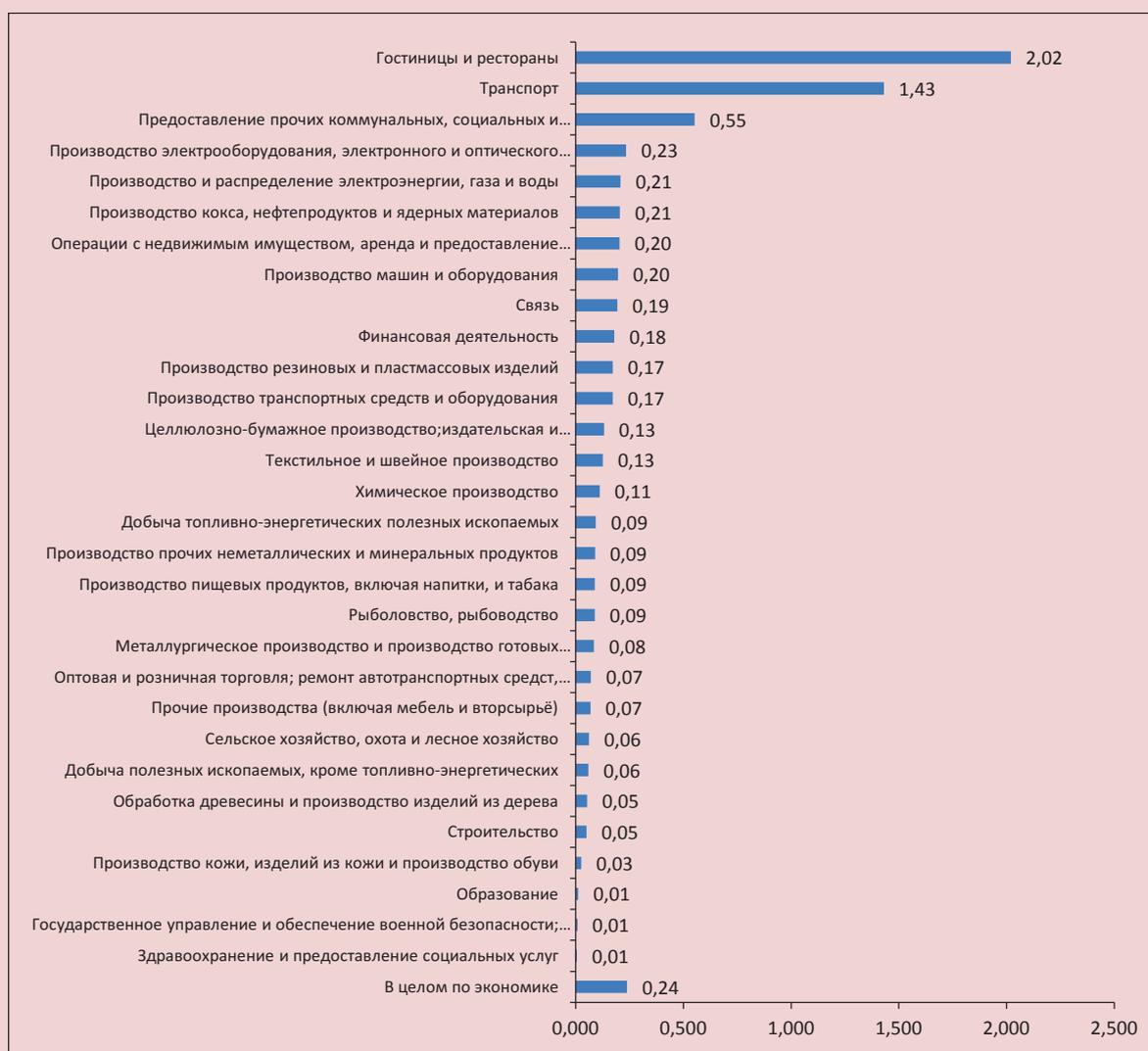
Кроме того, достаточно заметно рост спроса на услуги внутреннего туризма скажется на производстве и предоставлении услуг в сфере недвижимости, гостиничном секторе и деятельности по снабжению электроэнергией, газом и водой.

Эффект от стимулирования спроса на товары и услуги внутреннего туризма (на 10%; *рис. 5*) будет наибольшим в таких видах экономической деятельности, как «гостиницы и рестораны» (рост выпуска продукции на 2,02%), «транспорт» (на 1,43%)

и «предоставление коммунальных услуг» (на 0,55%). В целом по экономике эффект составит 0,24%.

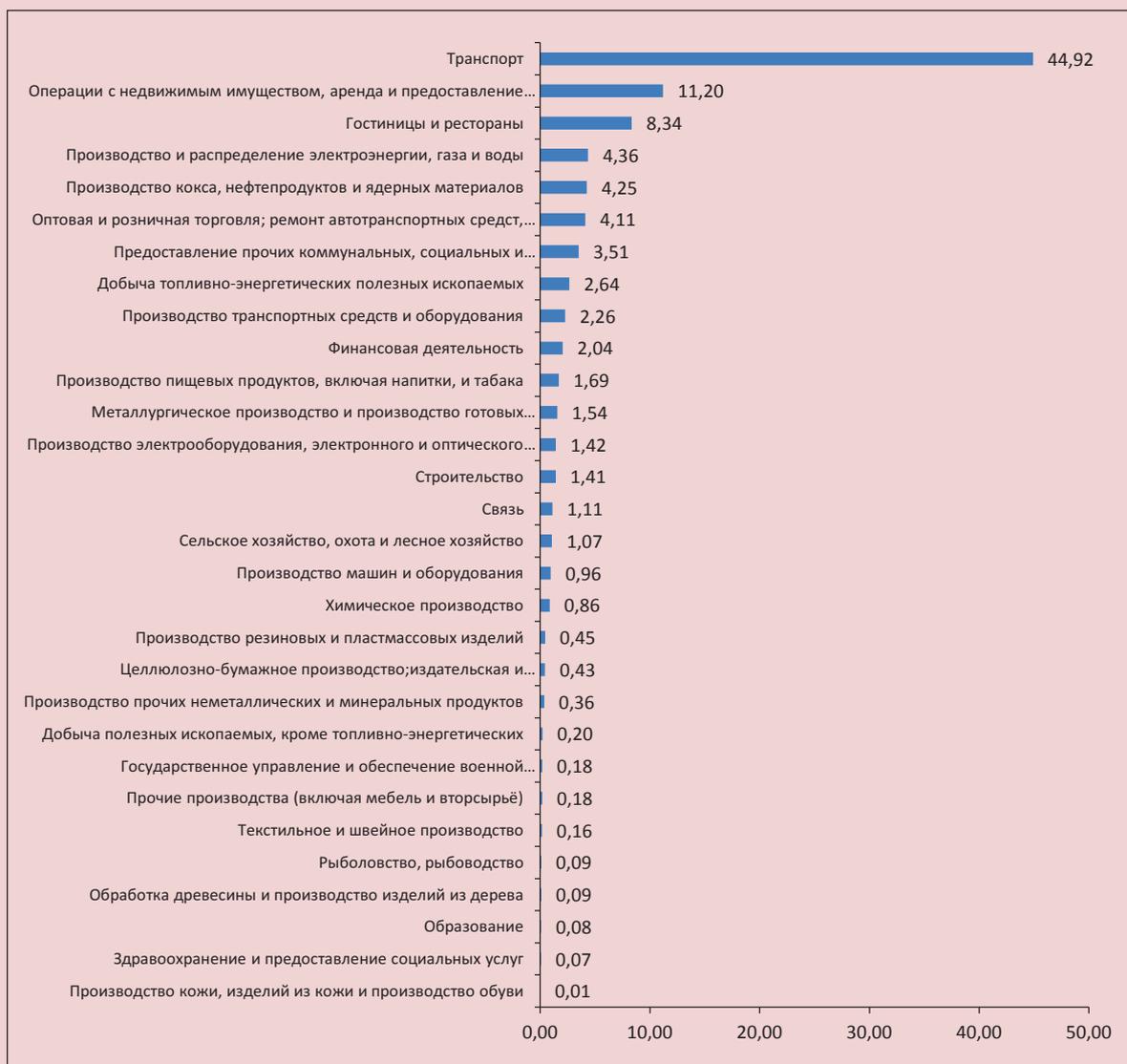
Как видно из *рис. 6*, в структуре распределения эффекта, который получится от стимулирования потребления резидентами страны товаров и услуг сферы внутреннего туризма, по видам экономической деятельности наибольшую долю (почти 45%) занимает транспорт. Можно отметить, что в той или иной степени все её виды испытают положительное влияние рассматриваемого эффекта.

Рисунок 5. Эффект от стимулирования потребления резидентами товаров и услуг сферы внутреннего туризма на 10% по видам экономической деятельности, %



Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

Рисунок 6. Структура распределения эффекта от стимулирования потребления товаров и услуг сферы внутреннего туризма резидентами по видам экономической деятельности, % к итогу



Источник: рассчитано авторами на основе данных Росстата.

#### 4. Предложения и заключение.

Результаты проведенного исследования показали перспективность развития сферы внутреннего туризма как направления стимулирования внутреннего потребительского спроса. Ввиду её неразвитости в Российской Федерации и, соответственно, ее недостаточного текущего вклада в экономику следует определить пути, реализация которых будет способствовать повышению потребления населением то-

варов и услуг, производимых данной сферой. Основные направления стимулирования внутреннего туристского потребления состоят в следующем.

1. Проведение политики, направленной на изменение структуры потребления домашних хозяйств.

Это предполагает реализацию ряда мероприятий по увеличению доли потребления товаров и услуг сферы внутреннего туризма рези-

дентами за счет изменения пропорций других статей. Так, полученное значение мультипликатора внутреннего туризма подтверждает большую экономическую значимость данной сферы по сравнению, например, с оптовой и розничной торговлей. В связи с этим целесообразно осуществление масштабной государственной пропаганды внутренних туристических направлений, призывающей население приобретать туры внутри страны взамен покупки товаров народного потребления, особенно импортного производства.

Полезно также применение целевого маркетинга, ориентированного на потребителя и предполагающего, что предприятия туристической индустрии приспособливают свои предложения к потребностям отдельных клиентов или организованных покупателей [27]. В данном случае речь идет о разработке внутреннего туристского продукта для определенного сегмента в зависимости от потребительских предпочтений внутренних туристов. Кроме того, это подразумевает проведение мероприятий по стимулированию сбыта внутреннего туристского продукта. Например, в Казани, по программе «Weekend в Казани», в выходные дни туристы размещаются в гостиницах с 40%-й скидкой и имеют специальные скидки по «карте гостя» на услуги в объектах питания, музеях и музеях-заповедниках, объектах индустрии развлечений<sup>11</sup>.

Для повышения качества предоставляемых услуг предлагается формирование региональных стандартов гостеприимства, которые позволят региону формировать имидж и репутацию «гостеприимной территории» как в глазах туриста, так и в глазах местного населения [28].

2. Создание приоритетных конкурентоспособных туристских продуктов, основанных на развитии видов туристической деятельности, обеспечивающих рост потока внутренних туристов. Так, например, к числу таких видов туризма относится событийный туризм, предполагающий посещение наиболее интересных для туристов событий. Он позволяет создавать туристские продукты продолжительностью бо-

лее 24 часов (например, фестивали, форумы, спортивные соревнования и т. д.), тем самым увеличивая продолжительность пребывания туристов, а также повысить «загрузку» объектов туристской инфраструктуры.

Ранее нами была рассчитана эффективность от развития событийного туризма на основе долгосрочного прогноза изменения туристских затрат. В результате расчетов, проведенных на примере Вологодской области, отношение к валовому региональному продукту туристских расходов, включающих проживание в средствах коллективного размещения в течение суток, к 2030 году составит 49,9 млрд. руб. или 9,3% от ВРП (для сравнения: в 2014 году – 4,4% ВРП) [29].

3. Создание благоприятных условий для инвестиций в сферу внутреннего туризма.

Актуальной проблемой для крупного бизнеса, занимающегося капитальными вложениями, остаются высокие цены на средства производства. Так, предпринимательскую активность сдерживает высокая кадастровая стоимость недвижимости, превышающая рыночную. Существенным препятствием для бизнесменов, занятых в сфере рекреации и отдыха, оказывается и ставка аренды на землю в некоторых субъектах РФ. Данные обстоятельства влияют на цену конечного туристского продукта для внутреннего туриста.

В связи с этим необходим пересмотр в сторону уменьшения значений арендных ставок в отношении земли и недвижимости. Это возможно посредством принятия соответствующих законодательных актов как на региональном, так и на федеральном уровне.

Одним из направлений поддержки производителей услуг внутреннего туризма может стать пересмотр налога на добавленную стоимость субъектов турбизнеса, занятого в производстве внутреннего туристского продукта (туроператоров, владельцев коллективных средств размещения)<sup>12</sup>. Совершенствование налогового законодательства способно не только поддержать бизнесменов, но и привлечь на данный рынок новых игроков.

<sup>11</sup> В результате реализации программы загрузка в гостиницах в выходные дни выросла с 15% в 2009 году до 65% в 2014 году.

<sup>12</sup> Для сравнения: в Европе средний размер НДС для отелей составляет 10,3% при ставке этого налога 20% для других видов бизнеса.

4. Предоставление субсидий субъектам туризма, занятым в производстве внутреннего туристского продукта.

Со стороны государства возможно субсидирование инвестиционных кредитов для реализации проектов, имеющих значение для развития данной сферы (например, строительства средств размещения).

Поскольку при формировании пакета туристских услуг велика доля транспортных расходов, то с этой точки зрения перспективна поддержка компаний транспортной отрасли. Необходимо осуществлять субсидирование не только авиарейсов, но и железнодорожного транспорта и междугородных автобусов. В настоящее время данная мера применяется только в отдельных субъектах РФ.

5. Использование инструментов, позволяющих частично компенсировать затраты на отдых.

Успешный опыт зарубежных стран в отношении развития внутреннего туризма (например, Венгрия) позволяет утверждать, что в России перспективно оказывать поддержку работодателям, которые выделяют средства на оплату отдыха сотрудников. Так, льготная система «Карта отдыха Сечени», действующая в Венгрии, заключается в том, что организации перечисляют заработную плату на специальные банковские карты, в результате чего сотрудники получают льготную ставку налогообложения. Сэкономленные за счет этого средства держатель карты вправе потратить на свой отдых или отдых своих близких. Ежегодно этой картой оплачивается 25% расходов по внутреннему туризму<sup>13</sup>.

Во Франции распространена система отпускных чеков с определенным номиналом для полной или частичной оплаты туристских услуг внутри страны. В основном эта мера действует в отношении работников промышленных предприятий и госслужащих. Средняя стоимость таких чеков на семью составляет около 400 евро, а фактические траты граждан на отдых превосходят эту сумму в 4 раза<sup>14</sup>.

Как видится, использование подобных механизмов в Российской Федерации должно активизировать спрос населения на услуги внутреннего туризма.

Таким образом, предложенный инструментарий позволил определить потенциальный эффект для экономики от стимулирования потребительского спроса на примере потребления товаров и услуг внутреннего туризма, рассматриваемого как драйвер экономического роста.

Подводя итог, стоит отметить, что результаты исследования вносят вклад в развитие методических аспектов оценки внутреннего туризма, его влияния на другие отрасли, а также потенциального эффекта от его развития.

В целом перспективные направления, определяющие стимулирование внутреннего потребительского спроса на основе внутреннего туризма, не являются исчерпывающими. В дальнейших исследованиях будут продолжены работы по совершенствованию инструментария структурного моделирования, позволяющего обосновывать региональную экономическую политику как на уровне экономики в целом, так и в рамках межотраслевых взаимодействий отраслевых комплексов и видов экономической деятельности.

## Литература

1. Ильин В.А., Поварова, А.И. Проблемы эффективности государственного управления. Тенденции рыночных трансформаций. Кризис бюджетной системы. Роль частного капитала. Стратегия-2020: проблемы реализации: Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. 188 с.
2. Кудрин А., Соколов И. Бюджетный маневр и структурная перестройка российской экономики // Вопросы экономики. 2017. № 9. С. 5–27.
3. Ивантер В., Порфирьев Б., Широков А. Структурные аспекты долгосрочной экономической политики // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 3. С. 27–34.

<sup>13</sup> Фомин И. Мы могли бы принимать 80 миллионов туристов // Парламентская газета. – Режим доступа: <https://www.pnp.ru/social/my-mogli-by-prinimat-80-millionov-turistov.html>

<sup>14</sup> Данные Ассоциации туроператоров России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/40178.html>

4. Миркин Я. Российская экономика: вызовы, сценарии, стратегия роста // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 3. С. 67–74.
5. Аганбегян А. Почему экономика России топчется на месте? // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 3. С. 11–27.
6. Ильин В.А., Морев М.В. Тревожное будущее 2024 года // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 3. С. 9–24. DOI: 10.15838/esc.2018.3.57.1
7. Сухарев О. Изменение макроэкономической политики для обеспечения экономического роста в 2018–2024 гг. // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 3. С. 113–119.
8. Сухарев О. Структурные ограничения и подходы к их преодолению // Экономист. 2014. № 1. С. 50–55.
9. Ускова Т.В. Проблемы экономического роста территории. Вологда: Ин-т социально-экономического развития территорий РАН, 2013. 170 с.
10. Погосов И.А. Тенденции изменения структуры экономики России после кризиса 1998 г. М.: Институт экономики РАН, 2010. 44 с.
11. Кондратьев В. Конец глобализации или новый этап? // Проблемы теории и практики управления. 2017. № 12. С. 6–17.
12. Ивантер В.В. Структурно-инвестиционная политика в целях обеспечения экономического роста в России. М.: Научный консультант, 2017. 196 с.
13. Григоренко Т.Н., Казьмина, Л.Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4. С. 14–17.
14. Кружалин В.И., Кружалин, К.В., Шабалина, Н.В. Состояние российского туризма, проблемы и перспективы // Вестник Национальной академии туризма. 2016. № 1. С. 10–13.
15. Семенова Е.В., Маслова, Н.В. Проблемы развития внутреннего туризма и некоторые пути их решения // Вестник Национальной академии туризма. 2016. № 3. С. 34–36.
16. Черникова Л.И., Фаизова, Г.Р. К вопросу переориентации на внутренний туризм // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. С. 52–60.
17. Быстров С. А. Внутренний туризм как стратегически важное направление развития туристского рынка РФ // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 15. С. 966–970. URL: <http://e-koncept.ru/2016/96108.htm>.
18. Зюляев Н.А. Эконометрический анализ спроса россиян на внутренний туризм // Российское предпринимательство. 2017. № 4. С. 461–470. doi: 10.18334/rp.18.4.37538
19. Владыкина Ю.О., Розумная Н.В. Особенности формирования спроса на внутренний туризм: опыт сибирских территорий // Сервис в России и за рубежом. 2017. № 4. С. 147–155.
20. Li H., Li Chen J., Li G., Goh C. Tourism and regional income inequality: evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 2016, vol. 58, pp. 81–99.
21. Pratt S. The economic impact of tourism in SIDS. *Annals of Tourism Research*, 2015, vol. 52, pp. 148–160.
22. Sindiga I. Domestic tourism in Kenya. *Annals of Tourism Research*, 1996, vol. 1, pp. 19–31.
23. Massidda, C., Etzo, I. The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 2012, no. 33, pp. 603–610.
24. W. Na. Research on the tendency of national domestic tourism. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Research*, 2014, no. 6 (6), pp. 1862–1865.
25. Haddad E.A., Porsse A.A., Rabahy W. Domestic tourism and regional inequality in Brazil. *Tourism Economics*, 2013, no. 19 (1), pp. 173–186.
26. Tsukui M., Takumi, I., Kagatsume M. Repercussion effects of consumption by domestic tourists in Tokyo and Kyoto estimated using a regional waste input–output approach. *Journal of Economic Structures*, 2017, vol. 6 (1), pp. 1–17.
27. Маркетинг туризма / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 224 с.
28. Леонидова Е.Г. Стимулирование развития внутреннего туризма: отечественный и зарубежный опыт // Вопросы территориального развития. 2016. № 3 (33). URL: <http://vtr.vscs.ac.ru/article/1886>
29. Леонидова Е.Г. Направления развития внутреннего туризма в регионе // Проблемы развития территории. 2017. № 4 (90). С. 67–78.

### Сведения об авторах

Евгений Владимирович Лукин – кандидат экономических наук, зам. заведующего отделом, Вологодский научный центр Российской академии наук (160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: lukin\_ev@list.ru)

Екатерина Георгиевна Леонидова – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук (160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: eg\_leonidova@mail.ru)

Максим Андреевич Сидоров – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук (160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: maxis44@yandex.ru)

Lukin E.V., Leonidova E.G., Sidorov M.A.

### Boosting Domestic Demand as a Driving Force of Economic Growth (on the Example of Domestic Tourism Sphere)

**Abstract.** Changing structural proportions manifested in the narrowing of domestic demand for goods and services is a trend in modern development of the Russian economy, which experiences an impact of a system-wide economic crisis and the current foreign policy and foreign economic situation. This leads to underconsumption of goods and services, and thus to a reduction of incentives for enterprises to increase production. Meanwhile, stimulation of domestic consumer demand can be considered as a factor capable of ensuring economic growth. In this regard, there is a need for scientific substantiation of measures to promote domestic demand, which in the current economic conditions can change the structural relationships and thus ensure economic growth. In our study, an attempt is made to calculate the potential economic effect of stimulating Russian citizens' consumption of goods and services produced by domestic tourism sector. General scientific methods such as analysis, synthesis, comparison, generalization and original methodological tools based on input-output models are used as a methodological basis of the study. Novelty of the results consists in the fact that we develop a methodology and improve the tools for the use of input-output models to analyze and assess the contribution of domestic tourism to the formation of domestic demand and the impact of its stimulation on the economy; these aspects distinguish our study from similar works of other scientists. The paper presents analytical data reflecting the decomposition of gross domestic product in the context of its key components, the state of domestic consumer demand in Russia in comparison with foreign countries; we also assess the effect that the development of domestic tourism has on the economy. In conclusion we propose measures to boost this sphere and promote domestic consumer demand. In the future, we will continue working on improving structural simulation tools, which allow us to substantiate economic policy at the level of the economy as a whole, and in the framework of inter-sectoral complexes and economic activities.

**Key words:** domestic consumer demand, domestic tourism, economic growth.

### Information about the Authors

Evgenii V. Lukin – Candidate of Sciences (Economics), deputy head of department, Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56A, Gorky street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: lukin\_ev@list.ru)

Ekaterina G. Leonidova – Junior Researcher, Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56A, Gorky street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: eg\_leonidova@mail.ru)

Maksim A. Sidorov – Junior Researcher, Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (56A, Gorky street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: maxis44@yandex.ru)

Статья поступила 04.07.2018.