

# УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ, ОТРАСЛЕЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ

DOI: 10.15838/ptd.2025.4.138.6

УДК 338.48 | ББК 65.433

© Баландина А.Ю.

## АНАЛИЗ СЕЗОННОСТИ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО СПРОСА В РЕГИОНЕ НА ОСНОВЕ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ



### АРИНА ЮРЬЕВНА БАЛАНДИНА

Вологодский научный центр Российской академии наук

Вологда, Российская Федерация

e-mail: Arina.Kudrevich@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-8898-8249; ResearcherID: GNW-2404-2022

*Ограничения западных стран на заграничные путешествия россиян (закрытие воздушного пространства, ослабление авиационной отрасли РФ), последствия ограничений в период пандемии COVID-19, рост цен на отдых в стране, в особенности на пляжные курорты, активизировали спрос со стороны россиян на путешествия по регионам их проживания. В качестве объекта эмпирического исследования выступила Вологодская область, субъект Северо-Запада России, обладающий значительным туристическим потенциалом. В настоящее время отсутствует информация о туристических потоках внутри региона. В связи с этим возросла необходимость анализа потенциального туристического спроса на внутренний туризм среди жителей региона и сезонных колебаний на спрос, что и определило цель данного исследования. Для достижения цели были решены следующие задачи: анализ отечественных и зарубежных подходов к оценке потенциального спроса и его сезонности с использованием поисковых систем; разработка методического инструментария к определению потенциального спроса на туристические ресурсы региона на основе данных поисковых запросов пользователей; анализ характера сезонности потенциального спроса местного населения на туристические активы региона. Гипотеза научной работы заключается в том, что на основе поисковых запросов пользователей возможно выявить потребительские предпочтения и оценить потенциальный спрос со стороны населения на отдых в регионе проживания в условиях неполноты данных официальной статистики. Разработка авторского методического подхода к оценке потенциального туристического спроса на базе данных о поисковых запросах отражает научную новизну исследования. Полученные*

**Для цитирования:** Баландина А.Ю. (2025). Анализ сезонности потенциального туристического спроса в регионе на основе поисковых запросов // Проблемы развития территории. Т. 29. № 4. С. 85–105. DOI: 10.15838/ptd.2025.4.138.6

**For citation:** Balandina A.Yu. (2025). Seasonality analysis of potential tourist demand in the region based on search queries. *Problems of Territory's Development*, 29(4), 85–105. DOI: 10.15838/ptd.2025.4.138.6

результаты обладают практической значимостью, позволяя выявлять наиболее популярные среди жителей туристические ниши, а также временные промежутки, характеризующиеся высокими показателями потенциального спроса. Результаты исследования могут быть использованы органами власти при оценке востребованности туристических ресурсов территории местными жителями в целях продвижения регионального туристического предложения на рынке.

*Туризм, сезонность, потенциальный спрос, поисковые запросы, туристические ресурсы, регион, Вологодская область.*

## БЛАГОДАРНОСТЬ

*Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием для ФГБУН ВолНИЦ РАН по теме НИР FMGZ-2025-0012 «Структурно-технологическая трансформация региональной экономики в условиях обеспечения национальной безопасности Российской Федерации: мониторинг, регулирование и прогноз».*

### Введение

В условиях нестабильной геополитической обстановки перед Россией стоит важная задача – обеспечение устойчивого экономического роста. Несмотря на то, что стране удалось пройти первичную адаптацию к санкциям<sup>1</sup>, экономика продолжает переживать структурную трансформацию<sup>2</sup>. Россия не впервые сталкивается с необходимостью смены курса развития в условиях радикальных перемен. Вместе с тем характер текущей структурно-технологической трансформации экономики несколько отличается от предыдущего опыта. Беспрецедентные санкции резко изменили структуру предложения и спроса (включая импорт и экспорт), что ведет к перераспределению ресурсов, сдвигам конечного спроса (Буклемишев, 2023). Одним из направлений структурной трансформации экономики является поиск тех секторов экономики, которые смогут сгладить структурные дисбалансы и стимулировать социально-экономический рост (Румянцев, Лукин, 2024).

В новой стратегии развития России до 2030 года одним из ключевых драйверов роста выступает внутренний туризм<sup>3</sup>. Благодаря высокому мультипликативному эффекту туристическая отрасль способствует развитию до 53 смежных отраслей хозяйства (Леонидова, 2021). Одним из ключевых преимуществ внутреннего туризма является его устойчивость к глобальным кризисным явлениям за счет формирования внутреннего спроса и предложения (Санг, Thanh, 2020; Леонидова, Румянцев, 2020). В совокупности с положительными эффектами для экономики туризм обеспечивает экономическое развитие внутри страны за счет увеличения туристического потребления<sup>4</sup>.

Туризм в России активно развивается, чему способствует реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», направленного на увеличение доли туристической отрасли в ВВП страны. На пленарной сессии Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) в 2024 году Президент РФ Владимир

<sup>1</sup> Потенциальные возможности роста российской экономики: анализ и прогноз (2022): научный доклад / под ред. члена-корреспондента РАН А.А. Широва. Москва: Артик Принт. 296 с.

<sup>2</sup> В российской экономике происходят структурные изменения // Аналитический центр при Правительстве РФ. URL: <https://ac.gov.ru/news/page/v-rossijskoj-ekonomike-proishodat-strukturnye-izmenenia-27599>; Набиуллина: структурная трансформация экономики РФ продолжится при любом сценарии // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/20662995>

<sup>3</sup> Внутренний туризм должен стать одним из основных драйверов экономического роста России // Interfax. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/91265>

<sup>4</sup> Замминистра экономического развития: туризм – это драйвер развития региональных экономик // Министерство экономического развития РФ. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/zamministra\\_ekonomicheskogo\\_razvitiya\\_turizm\\_eto\\_drayver\\_razvitiya\\_regionalnyh\\_ekonomik.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/zamministra_ekonomicheskogo_razvitiya_turizm_eto_drayver_razvitiya_regionalnyh_ekonomik.html)

Путин обозначил: «Развитие внутреннего туризма – один из приоритетов нашей долгосрочной стратегии. За 6 лет доля туристической отрасли в ВВП должна увеличиться до 5%, а количество поездок по стране с размещением в гостиницах вырасти до 140 млн человек»<sup>5</sup>. Об успехах в сфере туризма в том же году сообщал вице-премьер РФ Дмитрий Чернышенко на заседании правительственной комиссии по развитию туризма<sup>6</sup>, отметив увеличение объема инвестиций в туристическую отрасль – более 1 трлн рублей (на треть больше, чем в 2023 году)<sup>7</sup>. Также растет спрос на отдых в стране. Так, согласно данным Росстата, в 2024 году число россиян, остановившихся в коллективных средствах размещения (КСР), составило 90 млн чел. (+7% к 2023 году).

Для российского туризма, как и для отрасли в целом, характерна сезонность спроса, которая во многом связана с природно-климатическими особенностями, социокультурными традициями. Применительно к туризму под сезонностью подразумеваются циклические колебания спроса с чередованием пиков и спадов (Шмарков, Шмаркова, 2012; Логвина, 2018). Это явление способствует снижению рентабельности туристического бизнеса и оказывает негативное влияние на смежные отрасли, в особенности на трудоемкие и капиталоемкие, что приводит к временной безработице, колебаниям цен на услуги, неравномерной нагрузке на инфраструктуру и пр. (Карпова и др., 2024).

Благоприятная летняя погода вкупе с периодом отпусков во многом определили сезонность спроса и основные направле-

ния туристического потока в России – южные регионы страны (Краснодарский край, Ставропольский край, Республика Крым, Ростовская область), а также г. Москва и Санкт-Петербург. На них приходится около 46% от всех туристических поездок по стране, 17% которых – приморские туристические кластеры<sup>8</sup>. Однако к тенденциям последних лет относится снижение спроса на пляжный отдых ввиду роста цен на него. Так, согласно результатам социологических опросов ВЦИОМ, россияне путешественники в 2024 году потратили на отдых в среднем 67 тыс. руб., что на 29 тыс. руб. больше в сравнении с 2023 годом и на 15% больше запланированных трат<sup>9</sup>. При этом продолжительность отдыха сократилась до 20 дней – минимум за весь период наблюдений ВЦИОМ (с 2019 года). В 2025 году туристический спрос также может сократиться, но уже ввиду экологической катастрофы в Черном море, случившейся 15 декабря 2024 года, в результате которой произошел выброс нефтепродуктов на побережье<sup>10</sup>. В связи с этим население стало смещать фокус своего внимания с пляжного отдыха в пользу путешествий по региону проживания, которые, как правило, являются более дешевыми и ограничиваются более короткими расстояниями.

Появление тренда на путешествия в пределах домашнего региона было зафиксировано и в рамках социологических опросов населения. Так, доля россиян, желающих провести отпуск на пляжных курортах, сократилась в 2024 году до 46% (-5% к 2023 году), а предпочитающих отдых в своем ре-

<sup>5</sup> Путин: доля туристической отрасли за шесть лет должна увеличиться до 5% ВВП // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/21038047>

<sup>6</sup> Турпоток по России в 2024 году достиг 90 миллионов // Национальные проекты РФ. URL: <https://национальныепроекты.рф/news/turpotok-po-rossii-v-2024-godu-dostig-90-millionov>

<sup>7</sup> Максим Решетников: инвестиции в туризм превысили 1 трлн рублей по итогам 2024 года // Министерство экономического развития РФ. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/maksim\\_reshetnikov\\_investicii\\_v\\_turizm\\_prevysili\\_1\\_trln\\_rublej\\_po\\_itogam\\_2024\\_goda.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/maksim_reshetnikov_investicii_v_turizm_prevysili_1_trln_rublej_po_itogam_2024_goda.html)

<sup>8</sup> Утверждена федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации // Комитет градостроительной политики Ленинградской области. URL: <https://arch.lenobl.ru/ru/news/64582>

<sup>9</sup> Как я провел лето – 2024 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kak-ja-provel-let-2024>

<sup>10</sup> «Бронь по нулям». Как живет Анапа через пять месяцев после разлива мазута // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/68231e539a794787b36d97f3>

гионе выросла и составила 45% (+3% к 2023 году)<sup>11</sup>. ВЦИОМ также отмечал, что в том же году около 53% респондентов предпочли провести отпуск дома и на даче<sup>12</sup>.

Устойчивым трендом стали индивидуальные путешествия: около 60% россиян самостоятельно планируют свой отпуск<sup>13</sup>. Основной канал для поиска информации о предстоящей поездке – интернет: через него россияне (78%) выбирают место поездки и составляют список историко-культурных и природных объектов для посещения<sup>14</sup>. Активное развитие цифровизации сферы туризма упростило потребителям поиск гостиниц, мест общественного питания, транспортных маршрутов. Перенаправление спроса жителей региона на местные туристические ресурсы позволит нарастить туристическое потребление, в связи с чем изучение потребительского поведения населения становится весьма важным.

На основании выявленных выше тенденций выдвинута гипотеза: данные о поисковых запросах позволяют проанализировать потенциальный спрос на внутренний туризм среди местного населения и его сезонные колебания. В связи с этим цель исследования определена следующим образом: выявление тенденций сезонности туристического спроса на основе анализа поисковых запросов. Для достижения цели был решен определенный круг задач: 1) анализ отечественных и зарубежных подходов к оценке потенциального спроса и его сезонности с использованием поисковых систем; 2) разработка методического инструментария к определению потенциального спроса на туристические ресурсы региона на основе данных поисковых запросов пользователей; 3) анализ характера сезонности потен-

циального спроса местного населения на туристические активы региона.

В качестве модельной территории исследования выбрана Вологодская область, характеризующаяся значительным культурно-историческим и природным потенциалом для развития туризма.

Объект исследования – потенциальный туристический спрос на отдых в Вологодской области, предмет – сезонность спроса на исследуемые туристические ресурсы региона.

### Теоретические основы исследования

Вопросы оценки потенциального туристического спроса активно исследуются в России и зарубежных странах. В научной литературе туристический спрос определяется как количество лиц, совершающих или планирующих поездки за пределы постоянного места жительства (Лебедев, 2015).

Анализ существующих работ по тематике анализа и прогнозирования туристического спроса и его сезонности позволил отметить, что в качестве методических подходов исследователи используют статистический анализ (Liu et al., 2018), эконометрическое, агент-ориентированное или гибридное моделирование (Полищук, Гасанов, 2022), кластерный и многомерный анализ (Fernandez-Morales et al., 2018).

В условиях цифровой эпохи потребители активно задают поисковым системам интересующие их вопросы, в том числе туристического характера, например поиск средств размещения, мест общепита, памятников истории и культуры (Fesenmaier et al., 2011; Xiang et al., 2015). Таким образом, запросы интернет-пользователей становятся важным ресурсом в маркетинговых исследованиях, поскольку отражают потребительские предпочтения, модели поведения, а также позво-

<sup>11</sup> Лето-2024: как изменились отпускные предпочтения россиян // Аналитический центр НАЦИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/leto-2024-kak-izmenilis-otpusknye-predpochteniya-rossiyan>

<sup>12</sup> Планы на летний отпуск – 2024 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/plany-na-letnii-otpusk-2024>

<sup>13</sup> Больше половины российских туристов хотят сами организовать путешествие // Аналитический центр НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/bolshe-pолоviny-rossiyskikh-turistov-khotyat-sami-organizovat-puteshestvie>

<sup>14</sup> Большинство россиян используют интернет для самостоятельной организации путешествий по стране // Аналитический центр НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/bolshinstvo-rossiyan-ispolzuyut-internet-dlya-samostoyatelnoy-organizatsii-puteshestviy-po-stran>

ляют спрогнозировать потенциальный спрос на товары и услуги (Ginsberg et al., 2009).

Поскольку актуальность исследований потребительских предпочтений на основе запросов возрастает, поисковые системы предлагают платформы для анализа «цифровых следов» пользователей. Одной из таких является Google trends. Программа предоставляет агрегированную информацию об относительной частоте запросов в разрезе стран и регионов с 2004 года. Результаты зарубежных исследований показали эффективность применения системы в сфере туризма. Так, на основе данных Google trends были спрогнозированы объем и сезонность туристического потока в США, Турции (Wang et al., 2020) и на курортах Карибского бассейна (Bangwayo-Skeete, Skeete, 2015). Не менее популярными являются работы, направленные на моделирование поведения туристов при поиске информации и выборе направлений для путешествий (Ho et al., 2012).

Примечательны исследования коллег из Китая, базирующиеся на данных китайской поисковой системы Baidu. В них также отмечается успешность применения больших данных поисковых запросов в целях оценки потенциального спроса на туристические ресурсы и дестинации. Территориями для прогнозирования туристического спроса и характера его сезонности являлись Гонконг (Xie et al., 2021), Хайнань (Yang et al., 2015), Макао (Law et al., 2019), Цзючжайгоу (Peng et al., 2021), Пекин (Li et al., 2017, Sun et al., 2019) и др.

В России наиболее популярной поисковой системой является Яндекс. Она занимает около 70% рынка<sup>15</sup>. Компания предлагает свою платформу для анализа «цифровых следов» пользователей – Яндекс.Вордстат. Она во многом имеет сходство с Google trends, но обладает характерными отличиями. Вордстат предоставляет не только агрегированную информацию о запросах в виде индекса популярности, как это показано в Google, но и в абсолютных значе-

ниях. К сожалению, платформа обладает меньшим временным рядом поиска (он начинается с 2018 года), что является определенным ограничением для исследования. Однако возможность оценить изменения в общественном интернет-пространстве до и после глобальных потрясений все же имеется. Пользователь Яндекс.Вордстат может настроить временной ряд по любому интересующему его признаку: годы, кварталы, месяцы, дни. Это позволяет оценить, на какие временные периоды приходится наибольший или наименьший интерес пользователей к туризму в регионах. Поскольку система отечественная, то и география относительно регионов России более широкая. Имеется возможность отследить показатели не только на территории субъектов, но также в крупных муниципалитетах и городских агломерациях.

Для России исследования о применении больших данных поисковых запросов в целях оценки потенциального туристического спроса являются новым и актуальным направлением. Апробация платформы Яндекс.Вордстат российскими учеными показала успешность ее применения в области туризма, что доказано следующими кейсами: мониторинг туристического потенциала территорий (Барашко, Демьянов, 2018); изучение приграничного туризма в Калининграде (Михайлова, Хвалей, 2022); анализ спроса на достопримечательности в Белгороде (Вишневская, 2020), Республике Татарстан (Липатова, 2022), Пермском крае (Мышлявцева, 2019); выявление сезонности спроса на гостиничные услуги Санкт-Петербурга (Кучумов и др., 2023).

Таким образом, изучение туристического интереса пользователей на основе поисковых запросов представляет значительную научную и практическую ценность. Ключевое преимущество платформы Яндекс.Вордстат – возможность исследований пространственно-временной динамики запросов. Если официальная статистика отражает только общероссийский спрос на

<sup>15</sup> Поисковые системы в России. Яндекс.Радар. URL: <https://radar.yandex.ru/search>

отдых в регионе, то данный инструмент позволяет изучить особенности локального потребления туристических услуг.

### Методология исследования

В рамках работы предлагается авторский методический инструментарий по оценке потенциального спроса жителей на туристические ресурсы региона проживания. Модельным регионом выступила Вологодская область, число поисковых запросов – потенциальный спрос. Разработанный подход является универ-

сальным, подходит для любых регионов России и включает пять этапов (рис. 1).

В рамках I этапа производится отбор туристических центров региона для привязки ключевых слов поиска. На основе данных о туристическом потоке, а также научных работ, посвященных развитию туризма в Вологодской области (Кудревич, 2024; Леонидова, 2025), для исследования были отобраны следующие территории: Вологда, Череповец, Великий Устюг, Вытегра, Кириллов, Тотма, Устюжна, Грязовец, Сокол, Нюксеница.

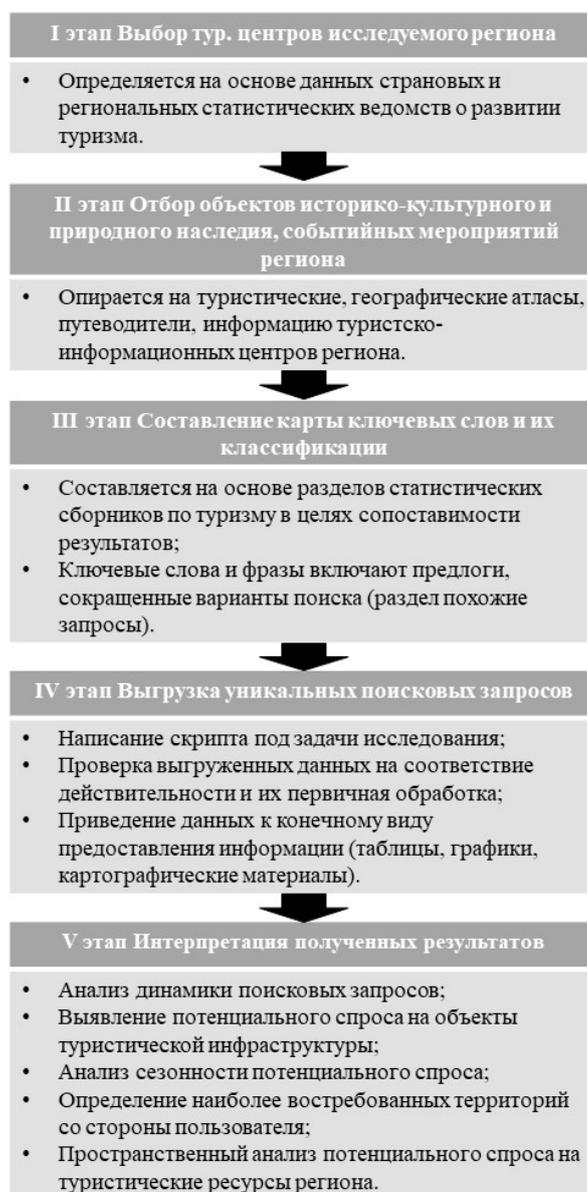


Рис. 1. Методический подход к проведению контент-анализа потенциального потребительского спроса на туристические ресурсы региона

Источник: составлено автором.

На II этапе осуществляется выборка объектов историко-культурного и природного наследия и проводимых в исследуемых туристических центрах мероприятий. Вологодская область обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом – на ее территории находится более 900 памятников истории и культуры, около 190 ООПТ<sup>16</sup>, проходит более 20 туристических фестивалей в год и пр. Тем не менее следует понимать, что, несмотря на внушительное количество различных туристических объектов и событий, их популярность среди туристов разная. Поэтому важно провести отбор объектов, мероприятий и т. п., с учетом сведений туристско-информационных центров и региональных СМИ.

На основе собранных на предыдущем этапе данных составляется карта ключевых слов и выражений для составления потенциальных запросов пользователей (III этап). Она состоит из шести тематических групп, в каждой из которых выделяются категории объектов (рис. 2).

На основе категорий складываются запросы для платформы Яндекс.Вордстат. При составлении «ключа» важно учитывать предлоги, конкретные или распространенные среди туристов и местных жителей назва-

ния туристических объектов, а также предложенные варианты поиска от платформы. Выражение или словосочетание должно быть направлено на выбранные ранее туристические центры региона. Примеры запросов выглядят следующим образом: «гостиницы в Череповце»; «кафе Тотьма»; «Кирилло-Белозерский музей-заповедник»; «Национальный парк Русский Север»; «парк Русский Север в Кириллове»; «Опоки»; «Туры в Сокол» и т. д. Всего в рамках данной работы было составлено 829 ключевых фраз и слов.

На IV этапе производится выгрузка данных. В текущей работе статистика поисковых запросов была получена по каждому ключу отдельно, а затем результаты суммировались по категориям и тематикам. Это связано с политикой платформы Яндекс.Вордстат. Таким образом, были выгружены данные, где исходящей и принимающей стороной запросов выступила Вологодская область. Временной интервал поиска составил 6 лет (2019–2024 гг. в разрезе месяцев).

В рамках V этапа проводится оценка полученных материалов. Данное исследование сосредоточено на анализе сезонности потенциального туристического спроса среди местного населения региона по выбранным в методике тематикам.

Коллективные средства размещения	Общественное питание	Культурное и историческое наследие	Объекты природного наследия	Событийные мероприятия	Туристическое предложение
Отели	Рестораны	Музеи	Национальные парки	Гастрономические фестивали	Туры
Гостиницы	Кафе	Религиозные объекты	Водные объекты	Музыкальные фестивали	Экскурсии
Хостелы	Бары	Памятники истории и культуры	Памятники природы	Исторические фестивали	Туристические маршруты
Гостевые дома		Парки и скверы			Организованный активный отдых
Базы отдыха					
Глэмпинги					

Рис. 2. Карта ключевых слов для составления запросов

Источник: составлено автором.

<sup>16</sup> Перечень особо охраняемых природных территорий регионального и местного значения Вологодской области // Официальный сайт Правительства Вологодской области. URL: [https://vologda-oblast.ru/dokumenty/okhrana\\_okruzhayushchey\\_sredy/osobo\\_okhranyaemye\\_territorii/1283676/](https://vologda-oblast.ru/dokumenty/okhrana_okruzhayushchey_sredy/osobo_okhranyaemye_territorii/1283676/)

Предложенный авторский подход имеет ряд ограничений. Во-первых, необходимость ручного формирования карты «ключей», несмотря на наличие автоматизированных подсказок в Яндекс.Вордстат. Во-вторых, существенная часть запросов, например, о гостиничной инфраструктуре осуществляется через специализированные сервисы бронирования (Яндекс. Путешествия, Островок и другие аналоги), что существенно сужает охват анализируемых данных. Полученные результаты отражают исключительно информационный интерес пользователей, характеризующий потенциальный, но не реализованный спрос на туристические услуги региона. Тем не менее, подобные данные сохраняют свою ценность как инструмент выявления потребительских трендов и прогнозирования возможных направлений развития туристического предложения в целях территориального развития.

### Результаты исследования

Как ранее указывалось, Вологодская область обладает значительным культурно-историческим и природным потенциа-

лом для развития туризма (Ускова и др., 2013, Ворон, 2024). Регион участвует в межрегиональном туристическом проекте «Серебряное ожерелье России», в рамках которого реализуется национальный маршрут «Жемчужины Русского Севера». В России Вологодская область известна своими туристическими брендами: «Душа Русского Севера», «Вологодское масло», «Вологодское кружево», «Великий Устюг – родина Деда Мороза» и др. В рейтинге туристической привлекательности среди регионов РФ в 2024 году Вологодская область заняла 43 позицию<sup>17</sup>, тогда как в 2023 году субъект располагался на 38 месте. Это указывает на нереализованный в достаточной мере туристический потенциал региона, а также растущую конкурентную борьбу за потребителя между субъектами.

О развитии туризма в Вологодской области свидетельствует рост туристического потока<sup>18</sup>. В 2024 году регион посетили около 658 тыс. туристов, что на 18% больше, чем в 2023 году, и на 38% больше, чем в допандемийный 2019 год (табл. 1). Таким образом, регион вошел в топ-3 субъектов СЗФО, значительно нарастивших турпоток после

Таблица 1. Динамика туристического потока в субъектах СЗФО, тыс. чел.

Территория	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024/2019, %
СЗФО	10585,0	6357,9	9142,3	10001,5	11677,8	12038,1	113,7
Мурманская область	319,6	257,3	357,5	359,7	492,2	454,0	142,1
Ленинградская область	1170,8	965,7	1249,6	1291,9	1287,3	1644,9	140,5
Вологодская область	477,1	282,2	371,9	464,8	554,0	658,2	138,0
Республика Карелия	482,8	388,1	565,5	600,1	747,2	635,9	131,7
Калининградская область	655,5	528,2	832,9	770,6	898,8	801,1	122,2
Псковская область	426,9	257,0	368,8	466,1	450,2	471,6	110,5
Республика Коми	233,4	143,7	193,8	187,3	205,4	250,7	107,4
Архангельская область	346,8	196,2	328,5	348,2	380,0	366,7	105,7
Новгородская область	354,1	250,4	327,8	397,0	450,6	373,9	105,6
г. Санкт-Петербург	6105	3080,8	4534,3	5102,2	6192,3	6371,6	104,4
Ненецкий автономный округ	13,0	8,3	11,7	13,6	19,8	9,5	73,3

Составлено по: данные Росстата.

<sup>17</sup> Национальный туристический рейтинг (Итоги 2024 года). URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-itogi-2024-goda>

<sup>18</sup> Под туристическим потоком понимается численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения.

пандемии COVID-19. Следует отметить, что превзойти значения 2019 года Вологодская область смогла лишь в 2023 году, когда как другие регионы Северо-Запада достигли допандемийного уровня в 2021 году.

Интерес российских туристов к Вологодской области растет, что отражается в увеличении объема поисковых запросов (рис. 3). Суммарно в 2024 году потенциальный спрос (со стороны россиян и жителей Вологодской области) на гостиничные услуги Вологодской области достиг 950 тыс. ед., что почти в 1,5 раза больше реального спроса того же года. Данный показатель к допандемийному 2019 году увеличился в 1,6 раза, что указывает на устойчивый рост внутреннего туризма в регионе. Как указывалось в работе ранее, в России наблюдается тенденция трансформации турпотока в регионы проживания потребителей: подтверждением этому факту служат полученные данные поисковых запросов. Так, число запросов среди жителей Вологодской области на отдых в регионе значительно больше, чем со стороны туристов других субъектов РФ, в особенности в 2024 году (в 1,3 раза). Потенциальный спрос волог-

жан стабильно растет с 2021 года (ежегодно в среднем +13% в год), тогда как интерес жителей других регионов РФ колеблется незначительно и даже снизился к 2024 году по сравнению с 2021 годом. Все это указывает на значительный потенциал для развития внутрирегионального туризма, способствующего росту потребления туристических услуг, реализации имеющегося туристического потенциала и экономическому развитию региона.

В целях оценки потенциального спроса и его сезонных колебаний был проведен анализ поисковых запросов жителей Вологодской области в отношении шести тематических групп, согласно разработанному методическому подходу.

Анализ общей временной динамики запросов (все тематики в совокупности) жителей Вологодской области указывает на характерную для туристической отрасли выраженную летнюю сезонность, пик которой приходится на июль. Также отмечаются колебания потенциального спроса в марте – апреле и с октября по январь, что может быть обусловлено праздничными выходными и началом школьных каникул.

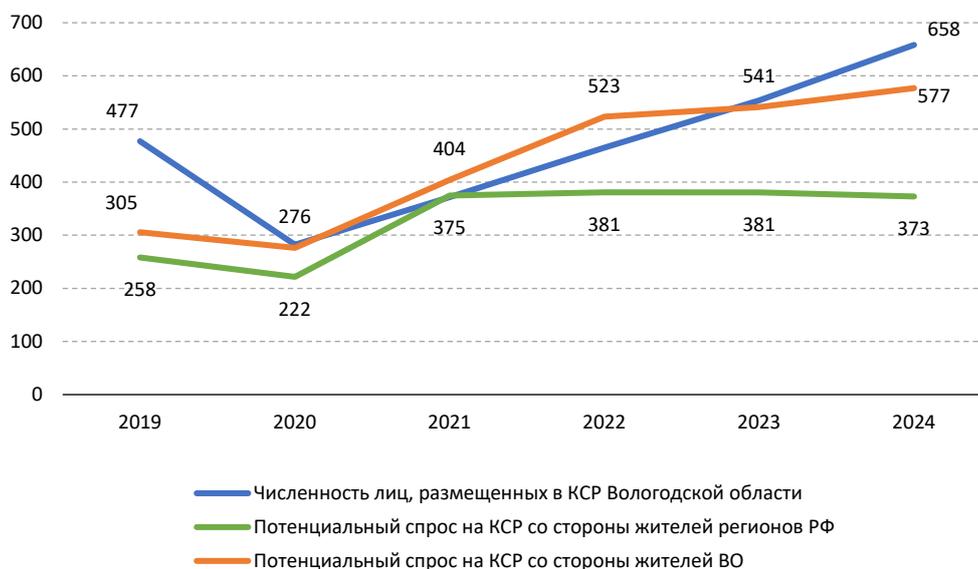
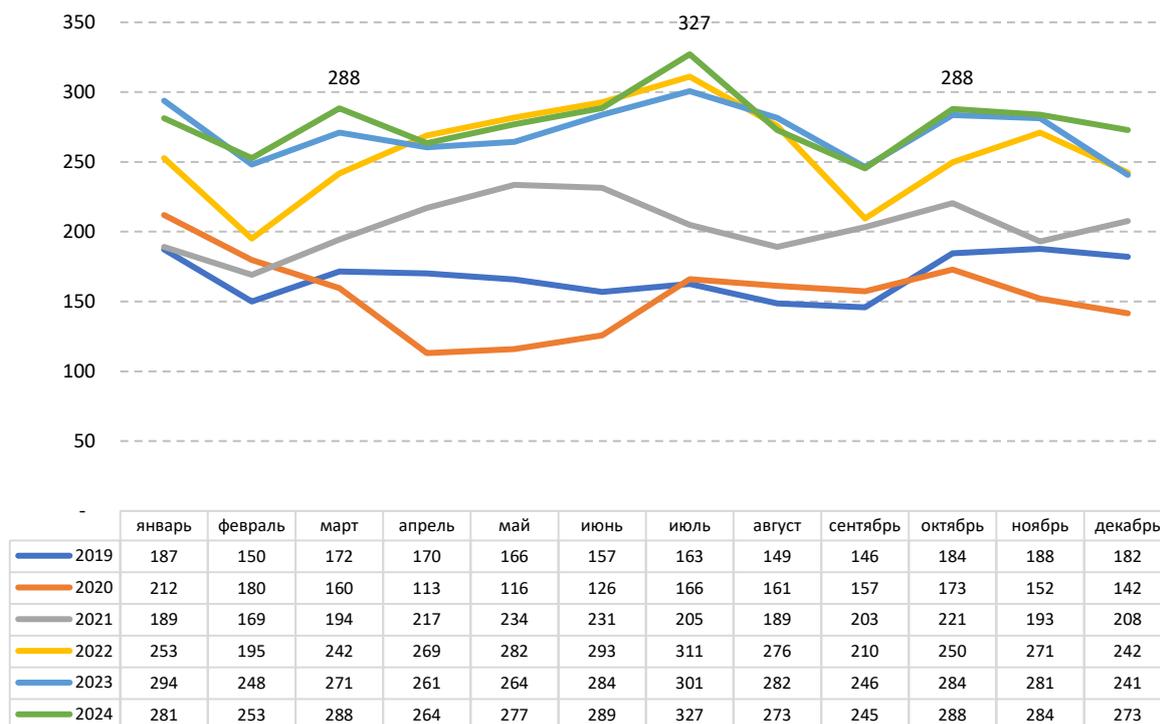


Рис. 3. Сопоставление численности лиц, размещенных в КСР, и потенциального спроса на гостиничные услуги Вологодской области со стороны россиян и местных жителей за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.



**Рис. 4. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области по исследуемым категориям за 2019–2024 гг., тыс. ед.**

Источник: составлено автором.

Вместе с тем пандемия COVID-19, начало СВО и последующее введение санкций в отношении России внесли коррективы в сезонные колебания потенциального спроса (рис. 4). Для допандемийного 2019 года была характерна сезонность в осенне-зимний период (с октября по январь), что во многом обусловлено повышенным интересом к Великому Устюгу как родине Деда Мороза. Во время ограничительных мер в 2020 году в весенне-летний сезон отмечался спад данного показателя (март: -7%, апрель: -36%, май: -30%, июнь: -20%) к 2019 году с последующим незначительным ростом (июль: +2%, август: +8%, сентябрь: +8%) также к 2019 году в связи с ослаблением карантинных мер. С 2021 года интерес населения к путешествиям в пределах территории своего региона вырос преимущественно в весенний сезон, пик активности пришелся на майские выходные дни (май – рост в 2 раза к 2020 году, в 1,4 раза к 2019 году). Подобная

тенденция связана с реализацией отложенного потребительского спроса вследствие карантинных мер, а также со спецификой их постепенного смягчения. Рекомендации на транспортные перемещения в пределах региона проживания<sup>19</sup> активизировали рост краткосрочных туристических поездок. В 2022 году тренд на внутренний туризм в весенне-летний сезон значительно вырос (с марта по август показатель увеличился в среднем в 1,5 раза к 2019 году), с традиционным для туристической отрасли пиком в июле. Значительный спад интереса пришелся на сентябрь 2022 года, что связано с проведением частичной мобилизации, которая на большинство дальнейших показателей (по тематикам) оказала сильное влияние, выраженное провалами на графиках, означающими отсутствие интереса жителей региона к путешествиям. Кривые за 2023–2024 гг. имеют схожие тенденции – пик сезона активности пользователей в июле.

<sup>19</sup> Как теперь ездить по России – список ограничений по регионам // За рулем. URL: <https://www.zr.ru/content/news/922534-poezdki-na-avtomobile-iz-regio>

Вместе с тем отмеченный ранее интерес жителей к краткосрочным поездкам внутри области в майские праздничные дни в 2023–2024 гг. снизился, что может указывать на активизацию потенциального и реального спроса в привычных ранее туристических центрах – Москва, Санкт-Петербург и другие регионы. Негативную тенденцию усиливает и тот факт, что турпоток в Вологодской области в мае 2024 года, согласно данным Росстата, является одним из самых низких по сравнению с показателями других сезонов. Таким образом, регион проигрывает в конкурентной борьбе как за жителей других регионов, так и за местного потребителя. Туристический потенциал Вологодской области остается на низком уровне, что может негативно влиять на рентабельность турбизнеса в регионе.

Анализ сезонности потенциального туристического спроса на КСР позволит оценить востребованность инфраструктуры среди местных жителей. В целом интерес населения к КСР активно растет, на что указывают данные поисковых запросов (рис. 5).

Сравнивая характер кривых за 2019–2024 гг., можно заметить, что после ограничительных мер потенциальный спрос стал приобретать ярко выраженную сезонность. Основной потенциальный спрос приходился на летний сезон с пиком в июле (в 2024 году отмечен рост показателя в 2,4 раза по сравнению с 2019 годом), что может быть связано с более длительным по времени отпускным сезоном. На период майских выходов наблюдается обратная тенденция: снижение объема поисковых запросов, что может быть обусловлено либо востребованностью краткосрочных поездок, не требующих ночевки, либо реализацией туристического спроса в других регионах страны, что находит отражение в результатах, представленных выше.

Согласно результатам комплексного наблюдения условий жизни населения Вологодской области (данные Росстата), жители региона в основном совершают туристические поездки с целью навестить родственников и друзей, поэтому наличие гостиничной инфраструктуры

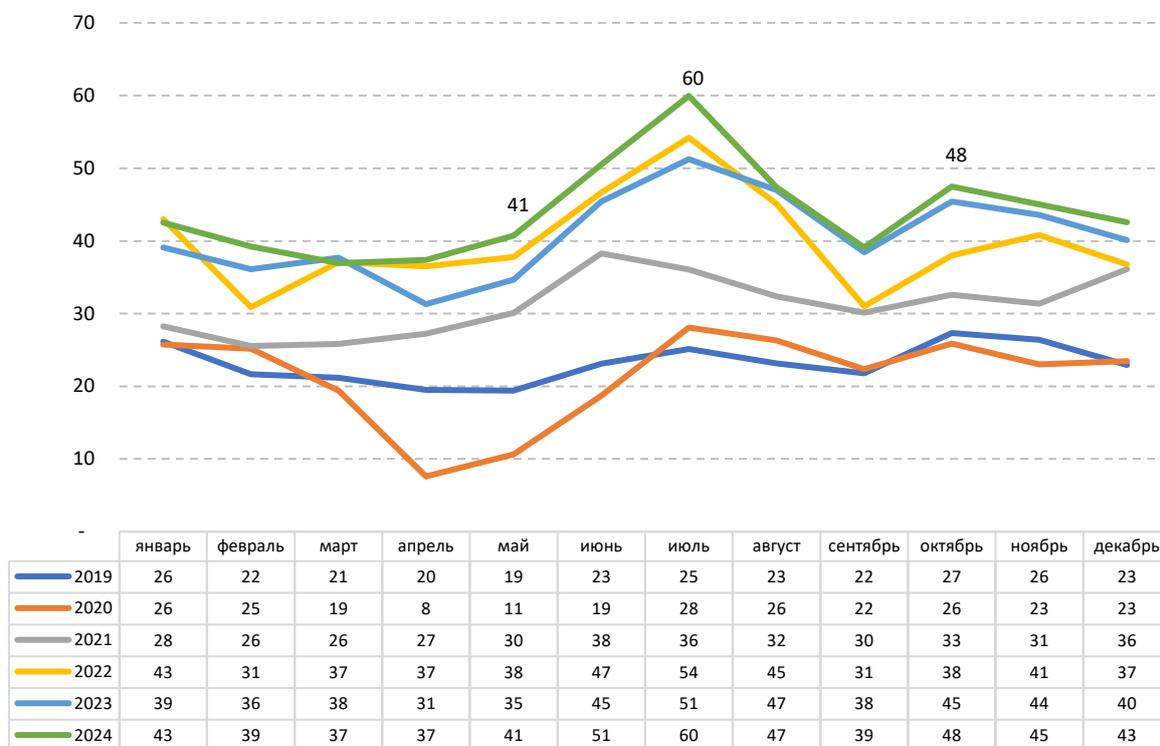


Рис. 5. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области на коллективные средства размещения за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.

не так важно<sup>20</sup>. В то же время домохозяйства могут целенаправленно экономить на средствах размещения, что является распространенной практикой, в особенности в пределах региона проживания. Таким образом, подобная поведенческая модель также оказывает влияние на потенциальный туристический спрос, что может проявляться в незначительных колебаниях количества запросов пользователей, направленных на поиск средств размещения.

Места общественного питания являются неотъемлемой частью туристической инфраструктуры. Следует отметить, что в основном потенциальный спрос направлен на города Вологду и Череповец, поскольку они не только являются основными туристическими центрами, но и характеризуются хорошо развитой инфраструктурой общественного питания. В остальных исследуемых турцентрах наблюдается незначитель-

ное количество подобных объектов, однако число поисковых запросов в их отношении увеличивается, что указывает на их востребованность.

Анализ изменений сезонных колебаний туристического интереса к точкам общественного питания показал, что отложенный во время пандемии спрос на услуги общепита к 2024 году был реализован в полной мере. Население постепенно стало возвращаться к модели потребления 2019 года (рис. 6). Таким образом, в 2023–2024 гг. пик потенциального спроса на инфраструктуру общественного питания приходился на осенне-зимний период (с октября по февраль 2023–2024 гг. рост в среднем составил 19% по сравнению с 2022 годом), а также на март (+20% к 2022 году). Спад показателя в весенне-летний сезон (с апреля по август) по сравнению с пиковыми значениями, например, 2024 года, в среднем составил около

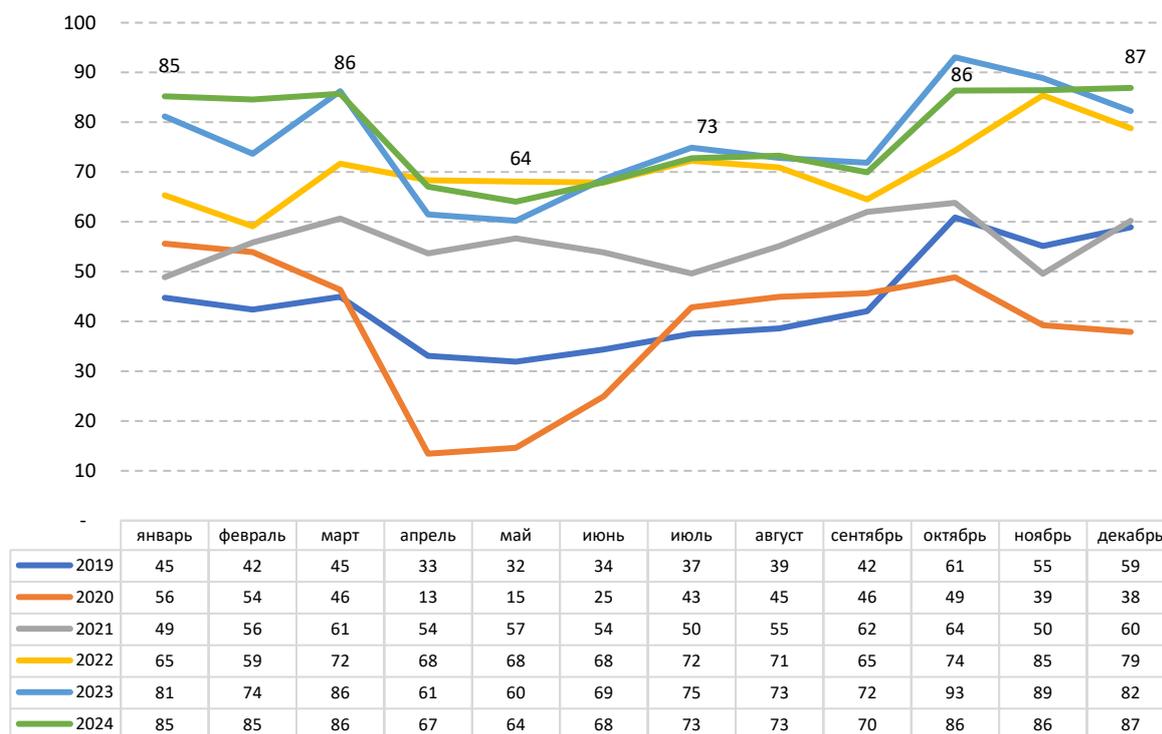


Рис. 6. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области на места общественного питания за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.

<sup>20</sup> Федеральные статистические наблюдения по социально-демографическим проблемам // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. URL: <https://35.rosstat.gov.ru/folder/57096>

20%, с незначительным ростом в июле (+6% к июню 2024 года). Подобная модель поведения свидетельствует о том, что в теплое время года предпочтения жителей Вологодской области смещаются от посещений общепита в пользу альтернативных субституттов (активного отдыха на природе, рыбалки, дачи, а также путешествий как внутри региона, так и за его пределами).

Вологодская область обладает значительным историко-культурным потенциалом, в связи с чем возможность оценки потенциального спроса со стороны вологжан на подобные туристические ресурсы приобретает особую значимость.

Согласно результатам анализа поисковых запросов, интерес местного населения к объектам истории и культуры растет (рис. 7), что также обусловлено последствиями пандемии. За 6 лет (2019–2024 гг.) общий показатель увеличился в 1,5 раза. Кривые объема поисковых запросов за 2019–2023 гг. во многом схожи. Наибольший интерес поль-

зователей наблюдался в январе, что во многом связано с зимними выходными днями, а также с празднованием Рождества Христова (рост числа запросов, посвященных религиозным объектам). На весенне-летний сезон приходился период наиболее продолжительной активности, пиковое значение которой достигалось в мае. Кривая данных за 2024 год существенно отличается от предыдущих. Для нее характерно несколько пиковых сезонов. Так, в январе (-13% к 2023 году) жители активно интересовались религиозными объектами, парковыми зонами; в марте (+15% к 2023 году) – музеями; в мае (+4% к 2023 году) – религиозными объектами (празднование Пасхи), памятниками (День Победы); в июле и октябре (+7% и +11% соответственно к 2023 году) – музеями, парками. Таким образом, потенциальный туристический спрос в 2024 году характеризовался более выраженной сезонностью, но пиковая активность была равномерно распределена в течение всего года.

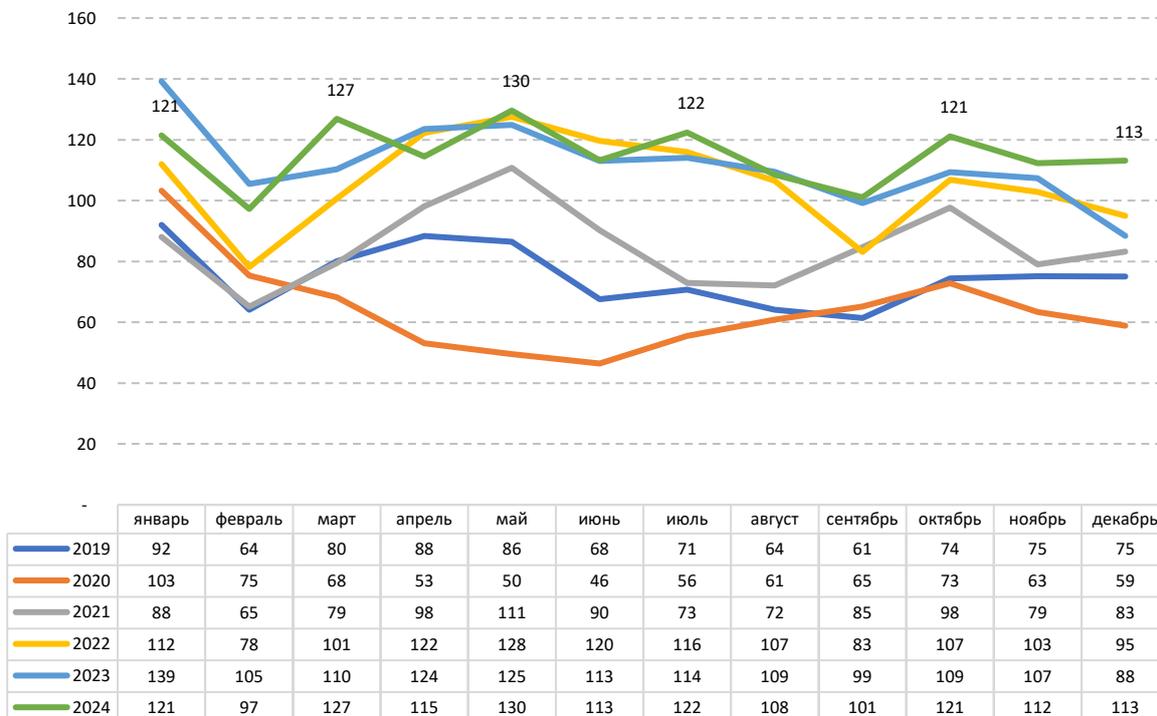


Рис. 7. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области на объекты историко-культурного наследия за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.

Условия пандемийных ограничений активизировали спрос на отдых на природе, что также подтверждается данными поисковых запросов (рис. 8). Суммарно за 6 лет объем поисковых запросов вырос в 1,6 раза. В 2020 году пик потенциального спроса был в мае (рост в 2 раза к 2019 году), в последующие годы (с 2022 по 2024) сезонность сместилась на июль. Пик активности в апреле может быть обоснован подготовительным этапом перед летними поездками. Наибольший интерес жителей направлен на водные объекты, такие как озера (Онежское, Белое, Сиверское), реки (Сухона, Вологда), водохранилища (Рыбинское).

В последние годы в Вологодской области активно развивается событийный туризм, включающий различные фестивали. Сезонность потенциального спроса на мероприятия четко закреплена за месяцем их проведения, в связи с чем кривые запросов носят хаотичный характер. Это может быть

связано с более активной рекламой в СМИ и новостях либо эксклюзивностью мероприятия (рис. 9).

Внимание жителей Вологодской области ежегодно привлекают два крупных мероприятия (это выражено пиками на графиках): «Ночь музеев» (май) и «день рождения Деда Мороза» (ноябрь). Также заметен пик потенциального туристического спроса в августе 2022 года, когда спустя долгое время был проведен межрегиональный исторический фестиваль «Сугорье». В последующие годы внимание к фестивалю было снижено ввиду реструктуризации проекта<sup>21</sup>. Характерен для области и скачкообразный потенциальный спрос на праздничное событие с «мигрирующим» пиковым сезоном – Масленицу. Рост потенциального спроса был отмечен в феврале 2023 года (рост в 2 раза к 2022 году), в марте 2024 года (+26% к февралю 2023 года), до этого момента интерес пользователей находился на низком уровне

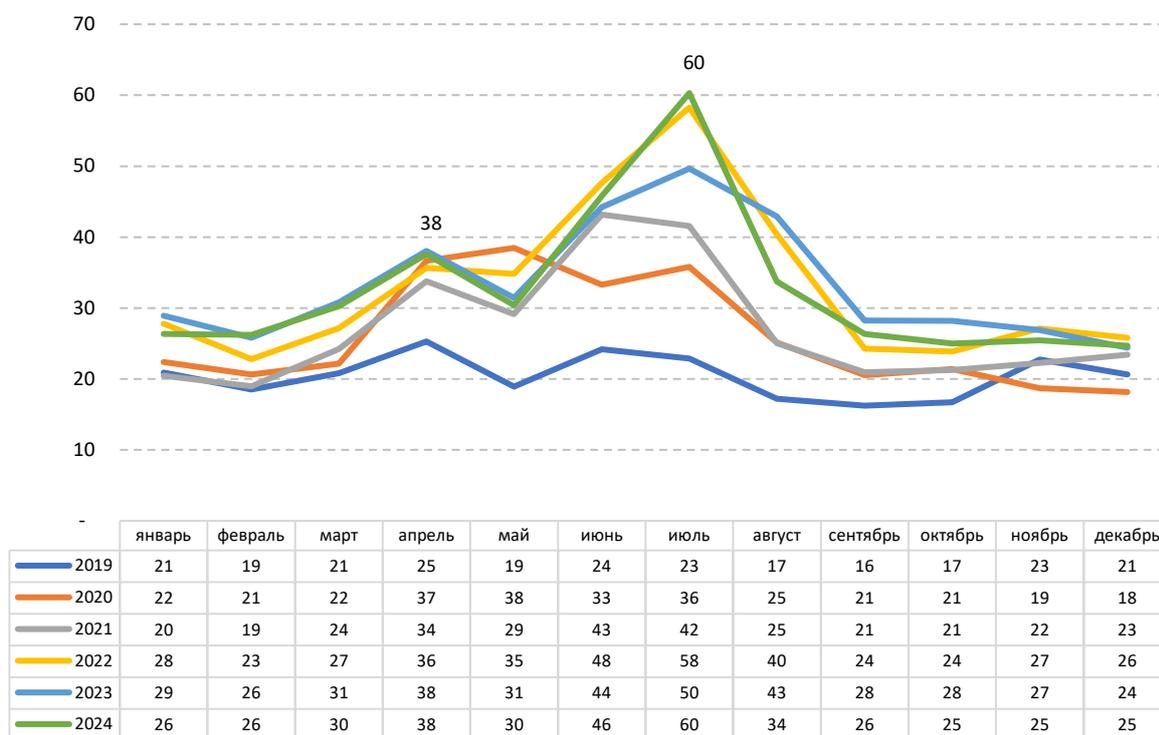


Рис. 8. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области на объекты природного наследия за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.

<sup>21</sup> Проект Игоря Ручина «Сугорье» снова переехал // Комсомольская правда. URL: <https://www.vologda.kp.ru/online/news/3451186>

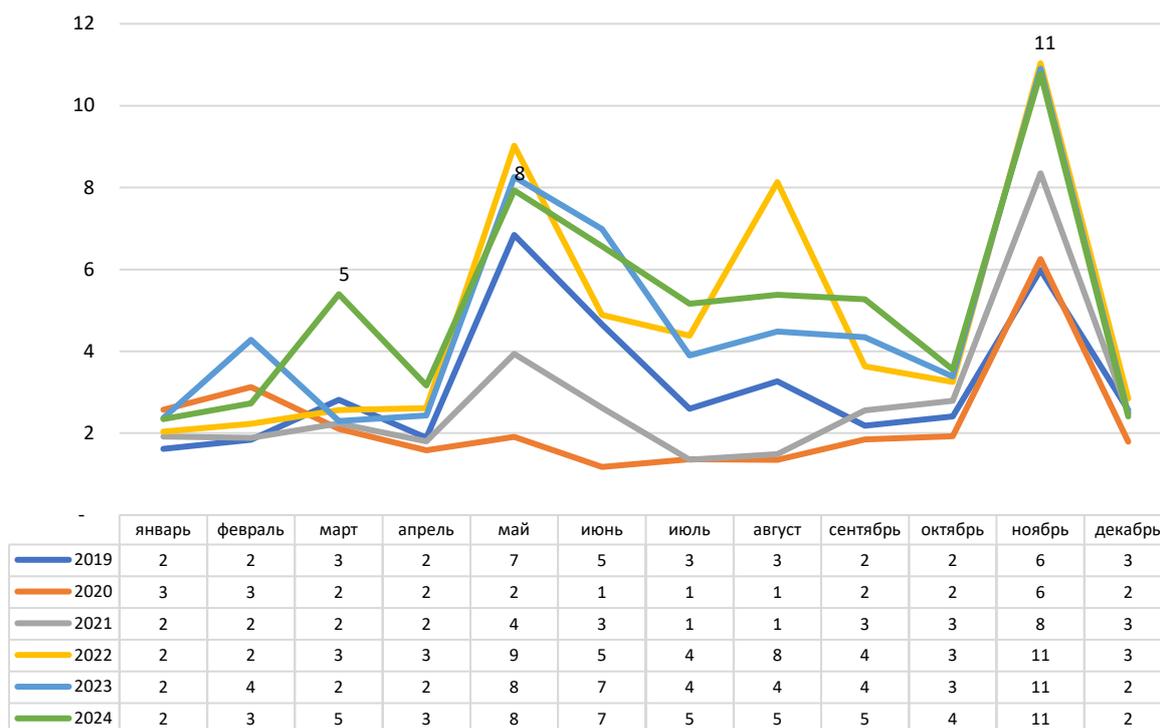


Рис. 9. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области на событийные мероприятия за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.

не, что было связано с пандемией, а также началом специальной военной операции в 2022 году. Следует отметить, что жители области очень любят масленичные гуляния: на протяжении 2023–2025 гг. в архитектурно-этнографическом музее «Семенково» этот праздник посетили более 7 тыс. туристов<sup>22</sup>.

Потенциальный спрос среди жителей области на внутренний туризм растет (рис. 10), чему также способствовали пандемийные ограничения. Наибольший интерес пользователи проявляли в летний сезон (июль), особенно в 2022–2024 гг. Значительное количество запросов пришлось на организованный активный отдых и экскурсии.

Наблюдается тенденция постепенно роста потенциального спроса в межсезонье (апрель, сентябрь – октябрь), формируя «рост плеч» пикового спроса. В связи с этим

туристическое предложение в будущем может стать менее зависимым от сезона.

Таким образом, анализ потенциального спроса жителей на туристические ресурсы Вологодской области показал, что летняя сезонность, характерная для туротрасли в целом, также свойственна региону. Рост интереса во многом произошел из-за карантинных мер 2020 года, поскольку жители были ограничены в путешествиях в пределах региона проживания. Последствием данной меры стала заинтересованность населения в отдыхе в регионе в майские праздничные дни 2021–2023 гг. Однако местный туристический интерес в 2024 году был смещен в сторону привычных ранее мест отдыха. В связи с этим для региона важно наращивать уникальное туристическое предложение для жителей, чтобы стимулировать

<sup>22</sup> Масленица в «Семенково» собрала за два дня более семи с половиной тысяч гостей // Вологда. Регион. URL: <https://vologdaregion.ru/news/2023/2/28/maslenica-v-semenkovo-sobrala-za-dva-dnya-bolee-semi-s-polovinoi-tysyach-gostey>; Котсмическая Масленица: Подводим итоги! // Архитектурно-этнографический музей «Семенково». URL: <https://www.semenkovo.ru/ru/news/kotsmicheskayamaslenica-podvodim-itogi>; Масленица в Музее СЕМЕНКОВО – ШЕДЕВР 2025! // Архитектурно-этнографический музей «Семенково». URL: <https://www.semenkovo.ru/ru/news/maslenica-v-muzee-semenkovo-shedevr-2025>

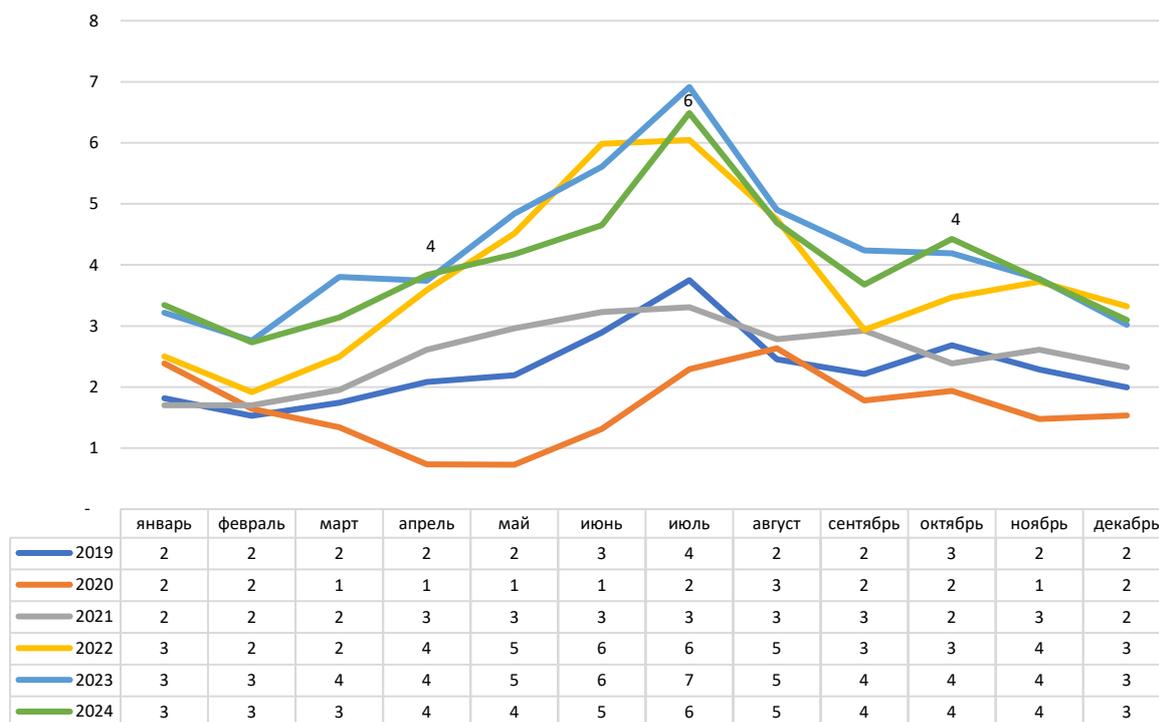


Рис. 10. Сезонность потенциального туристического спроса жителей Вологодской области на туристическое предложение региона за 2019–2024 гг., тыс. ед.

Источник: составлено автором.

поездки по региону. Это позволило бы увеличить объемы турпотребления в низкий сезон и в полной мере реализовать имеющийся у области потенциал. В основном местное население проявляет туристический интерес в период праздников, а также школьных каникул, что может стать основой для развития детского вида туризма. Поскольку в большинстве случаев жители предпочитают останавливаться у друзей или родственников, тем самым экономя на средствах размещения, региональным властям и турбизнесу следует рассмотреть перспективы более активного развития туров выходного дня и краткосрочных экскурсионных поездок. На это указывает и постепенный рост потенциального спроса на объекты историко-культурного назначения, событийные мероприятия и туристические предложения, например туры, экскурсии и туристические маршруты в межсезонный период.

### Заключение

Проведенное исследование позволило проанализировать специфику сезонности потенциального туристического спроса сре-

ди жителей Вологодской области на отдых в регионе. Выдвинутая в начале исследования гипотеза подтвердилась. Применение данных поисковых запросов позволяет отследить сезонные колебания спроса и их динамику, тем самым давая возможность проанализировать, какие факторы внешней и внутренней среды задают тренды потребления туристических услуг.

Основным преимуществом авторского методического подхода является возможность оценки туристического потенциального спроса не только со стороны субъектов РФ, но и со стороны местного населения, что позволяет проводить исследования в области локального туризма, во многом затрудненные ввиду отсутствия подобных статистических данных. К достоинствам методики также следует отнести ее применимость для любого региона России. Считаем, что анализ «цифровых следов» пользователей может стать новой статистической основой для туристических исследований в стране, в том числе для разработки точечных мер по развитию туризма и сопутствующей инфраструктуры, оптимизации территориального

планирования и повышения точности прогнозов турпотоков.

В ходе исследования были выявлены региональные особенности потенциального туристического спроса жителей, которые проявились в межсезонные весенний и осенний периоды вследствие роста интереса пользователей к объектам историко-культурного назначения, событийным мероприятиям, а также турам и экскурсиям. Реализовать туристический потенциал региона и спрос на его ресурсы возможно в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». К направлениям грантовой поддержки относятся проведение событийных мероприятий, проектирование и реализация туристических маршрутов. В 2024 году общий объем единой субсидии для регионов составил 6,2 млрд рублей<sup>23</sup>. В следующие три года (2025–2027 гг.) регионы суммарно получают 28,5 млрд рублей. Развитие туризма в Вологодской области также активно поддерживается в рамках региональных инициатив и комплексных мер поддержки<sup>24</sup>. Спрос на развитие внутреннего туристического предложения со стороны местного населе-

ния и готовность государства к оказанию финансовой поддержки проектов подчеркивают важность поиска перспективных туристических направлений.

Видится, что трансформация турпотоков вглубь регионов может стать возможностью для развития локальной туристической отрасли, что позволит создавать новые туристические маршруты, совершенствовать транспортную инфраструктуру, увеличивать число событийных мероприятий, а главное – вновь познакомить жителей со своими регионами.

Научная новизна исследования заключается в разработке методического подхода к оценке потенциального туристического спроса и его сезонности. Результаты исследования могут быть использованы органами власти при оценке востребованности туристических ресурсов территории со стороны местных жителей в целях продвижения регионального туристического предложения на рынке. В продолжение работы планируется выявить наиболее популярные среди жителей региона туристические центры, в том числе определить структуру потенциального спроса.

## ЛИТЕРАТУРА

- Барашко А.В., Демьянов С.А. (2018). Мониторинг белорусского туристического рынка на основе анализа поисковых запросов // Туризм и гостеприимство. № 2. С. 23–29.
- Буклемишев О.В. (2023). «Структурная трансформация» российской экономики и экономическая политика // Проблемы прогнозирования. № 4 (199). С. 42–53. DOI: 10.47711/0868-6351-199-42-53
- Вишневская Е.В. (2020). Анализ спроса на достопримечательности города Белгорода на основе поисковых запросов // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. № 2. С. 20–31. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-2
- Ворон О.В. (2024). Оценка перспектив развития видов туризма в сельской местности (на примере Вологодской области) // Вопросы территориального развития. Т. 12. № 2. DOI: 10.15838/tdi.2024.2.66.4
- Карпова Г.А., Кучумов А.В., Еремичева П.Ю. (2024). Риски и особенности взаимосвязи овертуризма и сезонности // Ученые записки Международного банковского института. № 1 (47). С. 79–100.
- Кудревич А.Ю. (2024). Пространственный анализ транспортной доступности объектов придорожной инфраструктуры: кейс Вологодской области // Проблемы развития территории. Т. 28. № 6. С. 51–69. DOI: 10.15838/ptd.2024.6.134.5

<sup>23</sup> Получить грант на развитие туристического проекта в регионе // Национальные проекты РФ. URL: <https://национальныепроекты.рф/opportunities/poluchit-grant-na-razvitie-turisticheskogo-proekta-v-regione/>

<sup>24</sup> Меры поддержки в сфере туризма // Официальный портал Правительства Вологодской области. URL: <https://vologda-oblast.ru/dokumenty/6569594/>

- Кучумов А.В., Тестина Я.С., Еремичева П.Ю. (2023). Анализ специфики и факторов сезонности в туризме // Туризм и гостеприимство. № 2. С. 3–11.
- Лебедев К.А. (2015). Закономерности формирования туристического спроса в современных условиях // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. № 1. С. 50–66.
- Леонидова Е.Г. (2025). Развитие туристической индустрии в регионах Северо-Запада России в современных условиях // Проблемы развития территории. Т. 29. № 1. С. 10–29. DOI: 10.15838/ptd.2025.1.135.2
- Леонидова Е.Г. (2021). Туризм в России в условиях COVID-19: оценка экономического эффекта от стимулирования спроса для страны и регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 14. № 2. С. 59–74. DOI: 10.15838/esc.2021.2.74.4
- Леонидова Е.Г., Румянцев Н.М. (2020). К вопросу об активизации потребительского и инвестиционного внутреннего спроса // Проблемы развития территории. № 1 (105). С. 52–63. DOI: 10.15838/ptd.2020.1.105.4
- Липатова А.В. (2022). Влияние имиджевых характеристик медиаобраза региона на его туристическую привлекательность (на примере Республики Татарстан) // Современные проблемы сервиса и туризма. Т. 16. № 4. С. 65–74. DOI:10.5281/zenodo.7452384
- Логвина Е.В. (2018). Проблемы сезонности в туризме и пути их преодоления в условиях санкционной политики в Крыму // Геополитика и экогеодинамика регионов. № 2. С. 108–116.
- Михайлова А.А., Хвалей Д.В. (2022). География «цифровых следов» калининградцев в приграничье Польши и Литвы: результаты контент-анализа // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Естественные и медицинские науки. № 2. С. 30–45.
- Мышлявцева С.Э. (2019). Оценка пользовательского интереса к туристским достопримечательностям Пермского края // География и туризм. № 1. С. 62–68.
- Полищук Е.А., Гасанов М. (2022). Использование модели с аддитивной компонентой при прогнозировании сезонных колебаний в сфере гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. Т. 16. № 5. С. 21–29. DOI: 10.5281/zenodo.7394162
- Румянцев Н.М., Лукин Е.В. (2024). Межотраслевое моделирование экономического развития региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 17. № 6. С. 118–133. DOI: 10.15838/esc.2024.6.96.6
- Ускова Т.В., Лукин Е.В., Воронцова Т.В., Смирнова Т.Г. (2013). Проблемы экономического роста территории: монография. Вологда: ИСЭРТ РАН. 240 с.
- Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. (2012). Анализ сезонных колебаний характеристик деятельности туристских фирм и прогнозирование их развития // Вестник Белорусско-Российского университета. № 4 (37). С. 144–151.
- Bangwayo-Skeete P.F., Skeete R.W. (2015). Can Google data improve the forecasting performance of tourist arrivals? *Mixed-data sampling approach. Tourism Management*, 46 (Feb.), 454–464. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.07.014
- Canh N.P., Thanh S.D. (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 85. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103063
- Fernandez-Morales A., Cisneros-Martínez J.D., McCabe S. (2016). Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications. *Tourism Management*, 56, 172–190. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.04.004
- Fesenmaier D., Xiang Z., Pan B., Law R. (2011). A frame work of search engine use for travel planning. *Journal of Travel Research*, 50 (6), 587–601.
- Ginsberg J., Mohebbi M., Patel R., Brammer L., Smolinski M., Brilliant L. (2009). Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*, 457 (7232), 1012–1014. DOI: 10.1038/nature07634

- Ho C.I., Lin M.H., Chen H.M. (2012). Web users' behavioural patterns of tourism information search: from online to offline. *Tourism Management*, 33 (6), 1468–1482.
- Law R., Li G., Fong D.K.C., Han X. (2019). Tourism demand forecasting: a deep learning approach. *Annals of Tourism Research*, 75 (C), 410–423. DOI: 10.1016/j.annals.2019.01.014
- Li X., Pan B., Law R., Huang X. (2017). Forecasting tourism demand with composite search index. *Tourism Management*, 59 (Apr.), 57–66. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.07.005
- Liu Z., Zhang J., Peng H., Zhang Y., Tang G. (2018) Sensitivity analysis of the measures of tourism seasonality. *Acta Geographica Sinica*, 73 (2), 295–317. DOI: <https://doi.org/10.11821/dlxb201802007>
- Peng L., Wang L., Ai X.Y., Zeng Y.R. (2021). Forecasting tourist arrivals via random forest and long short-term memory. *Cognitive Computation*, 13 (1), 125–138. DOI: 10.1007/s12559-020-09747-z
- Sun S., Wei Y., Tsui K.L., Wang S. (2019). Forecasting tourist arrivals with machine learning and internet search index. *Tourism Management*, 70 (Feb.), 1–10. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.07.010
- Wang L., Wu B., Zhu Q., Zeng Y.R. (2020). Forecasting monthly tourism demand using enhanced backpropagation neural network. *Neural Processing Letters*, 52 (3), 2607–2636. DOI: 10.1007/s11063-020-10363-z
- Xiang Z., Wang D., O'Leary J., Fesenmaier D. (2015). Adapting to the internet: trends in travelers use of the web for trip planning. *Journal of Travel Research*, 54 (4), 511–527.
- Xie G., Li X., Qian Y., Wang S. (2021). Forecasting tourism demand with KPCA-based web search indexes. *Tourism Economics*, 27 (4), pp. 721–743. DOI: 10.1177/1354816619898576
- Yang X., Pan B., Evans J.A., Lv B. (2015). Forecasting Chinese tourist volume with search engine data. *Tourism Management*, 46 (Feb.), 386–397. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.07.019

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Арина Юрьевна Баландина – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук (Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56А; e-mail: Arina.Kudrevich@yandex.ru)

**Balandina A.Yu.**

## SEASONALITY ANALYSIS OF POTENTIAL TOURIST DEMAND IN THE REGION BASED ON SEARCH QUERIES

*Restrictions imposed by Western countries on Russians' travel abroad (closure of airspace, weakening of the Russian aviation industry), the impact of COVID-19 restrictions, and rising prices for vacations in the country, especially at beach resorts, have increased demand from Russians for travel to their regions of residence. The object of empirical research is the Vologda Region, a region of Northwestern Russia with significant tourism potential. Currently, there is no information about tourist flows within the region. In this regard, there is an increased need to analyze the potential tourist demand for domestic tourism among residents of the region and its seasonal fluctuations, which determined the aim of this study. To achieve this goal, the following tasks were addressed: analysis of Russian and foreign approaches to assessing potential demand and its seasonality using search engines; development of methodological tools for determining potential demand for tourist resources in the region based on user search queries; analysis of the seasonal nature of the potential demand of the local population for tourist assets in the region. The main hypothesis of the scientific work is that, based on user search queries, it is possible to identify consumer preferences and assess the potential demand from the population for holidays in the region of residence in conditions of incompleteness of official statistics. The development of our own methodological approach to assessing potential tourist*

demand based on search query data reflects the scientific novelty of the study. The results obtained have practical significance, allowing us to identify the most popular tourist niches among residents, as well as time intervals characterized by high indicators of potential demand. Our findings can be used by the authorities in assessing the demand for tourist resources of the territory by local residents in order to promote the regional tourist offer on the market.

Tourism, seasonality, potential demand, search queries, tourist resources, region, Vologda Region

## REFERENCES

- Bangwayo-Skeete P.F., Skeete R.W. (2015). Can Google data improve the forecasting performance of tourist arrivals? Mixed-data sampling approach. *Tourism Management*, 46(Feb.), 454–464. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.07.014
- Barashko A.V., Demyanov S.A. (2018). Monitoring of the Belarusian tourism market based on the analysis of search queries. *Turizm i gostepriimstvo*, 2, 23–29 (in Russian).
- Buklemishev O.V. (2023). The “structural transformation” of the Russian economy and economic policy. *Problemy prognozirovaniya=Studies on Russian Economic Development*, 4(199), 42–53. DOI: 10.47711/0868-6351-199-42-53 (in Russian).
- Canh N.P., Thanh S.D. (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 85. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103063
- Fernandez-Morales A., Cisneros-Martínez J.D., McCabe S. (2016). Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications. *Tourism Management*, 56, 172–190. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.04.004
- Fesenmaier D., Xiang Z., Pan B., Law R. (2011). A frame work of search engine use for travel planning. *Journal of Travel Research*, 50(6), 587–601.
- Ginsberg J., Mohebbi M., Patel R., Brammer L., Smolinski M., Brilliant L. (2009). Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*, 457(7232), 1012–1014. DOI:10.1038/nature07634
- Ho C.I., Lin M.H., Chen H.M. (2012). Web users’ behavioural patterns of tourism information search: from online to offline. *Tourism Management*, 33(6), 1468–1482.
- Karpova G.A., Kuchumov A.V., Eremicheva P.Yu. (2024). Risks and features of the relationship between overtourism and seasonality. *Uchenye zapiski Mezhdunarodnogo bankovskogo instituta*, 1(47), 79–100 (in Russian).
- Kuchumov A.V., Testina Ya.S., Eremicheva P.Yu. (2023). Analysis of the specifics and factors of seasonality in tourism. *Turizm i gostepriimstvo*, 2, 3–11 (in Russian).
- Kudrevich A.Yu. (2024). Spatial analysis of transport accessibility of roadside infrastructure facilities: The Vologda Region case. *Problems of Territory's Development*, 28(6), 51–69. DOI: 10.15838/ptd.2024.6.134.5 (in Russian).
- Law R., Li G., Fong D.K.C., Han X. (2019). Tourism demand forecasting: a deep learning approach. *Annals of Tourism Research*, 75(C), 410–423. DOI: 10.1016/j.annals.2019.01.014
- Lebedev K.A. (2015). Patterns of formation of tourist demand in modern conditions. *Vestnik UrFU. Seriya: ekonomika i upravlenie*, 1, 50–66 (in Russian).
- Leonidova E.G. (2021). Russian tourism during the COVID-19: Assessing effect of stimulating domestic demand for the country and regions’ economy. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 14(2), 59–74. DOI: 10.15838/esc.2021.2.74.4 (in Russian).
- Leonidova E.G. (2025). Tourism industry development in the regions of North-West Russia in modern conditions. *Problems of Territory's Development*, 29(1), 10–29. DOI: 10.15838/ptd.2025.1.135.2 (in Russian).
- Leonidova G.E., Rummyantsev N.M. (2020). Revisiting the increasing consumer and investment domestic demand. *Problems of Territory's Development*, 1(105), 52–63. DOI: 10.15838/ptd.2020.1.105.4 (in Russian).

- Li X., Pan B., Law R., Huang X. (2017). Forecasting tourism demand with composite search index. *Tourism Management*, 59(Apr.), 57–66. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.07.005
- Lipatova A.V. (2022). 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*, 16(4), 65–74. DOI:10.5281/zenodo.7452384 (in Russian).
- Liu Z., Zhang J., Peng H., Zhang Y., Tang G. (2018) Sensitivity analysis of the measures of tourism seasonality. *Acta Geographica Sinica*, 73(2), 295–317. DOI: <https://doi.org/10.11821/dlxb201802007>
- Logvina E.V. (2018). Problems of seasonality in tourism and ways to overcome them in the context of the sanctions policy in Crimea. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov*, 2, 108–116 (in Russian).
- Mikhailova A.A., Khvalei D.V. (2022). Geography of Kaliningrad’s “digital footprints” in the Polish-Lithuanian borderlands: results of content analysis *Vestnik Baltiiskogo federal’nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Estestvennye i meditsinskie nauki*, 2, 30–45 (in Russian).
- Myslyavtseva S.E. (2019). Assessment of user interest in the tourist attractions of the Perm Territory. *Geografiya i turizm*, 1, 62–68 (in Russian).
- Peng L., Wang L., Ai X.Y., Zeng Y.R. (2021). Forecasting tourist arrivals via random forest and long short-term memory. *Cognitive Computation*, 13(1), 125–138. DOI: 10.1007/s12559-020-09747-z
- Polishchuk E.A., Hasanov M. (2022). Using an additive model to forecast seasonal fluctuations in the hospitality sector. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 16(5), 21–29. DOI: 10.5281/zenodo.7394162 (in Russian).
- Raven O.V. (2024). Assessing prospects for developing tourism types in rural areas (case study of the Vologda Region). *Territorial Development Issues*, 12(2). DOI: 10.15838/tdi.2024.2.66.4 (in Russian).
- Rumyantsev N.M., Lukin E.V. (2024). Input-output modeling of economic development in the region. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 17(6), 118–133. DOI: 10.15838/esc.2024.6.96.6 (in Russian).
- Shmarkov M.S., Shmarkova L.I. (2012). Analysis of seasonal fluctuations in the characteristics of tourism companies and forecasting their development. *Vestnik Belorussko-Rossiiskogo universiteta*, 4(37), 144–151 (in Russian).
- Sun S., Wei Y., Tsui K.L., Wang S. (2019). Forecasting tourist arrivals with machine learning and internet search index. *Tourism Management*, 70(Feb.), 1–10. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.07.010
- Uskova T.V., Lukin E.V., Vorontsova T.V., Smirnova T.G. (2013). *Problemy ekonomicheskogo rosta territorii: monografiya* [Problems of economic growth of the territory: Monograph]. Vologda: ISERT RAN.
- Vishnevskaya E.V. (2020). Analysis of demand for sights of the city of Belgorod based on search queries. *Nauchnyi rezul’tat. Tekhnologii biznesa i servisa=Research Result. Business and Service Technologies*, 5(2), 20–31. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-2 (in Russian).
- Wang L., Wu B., Zhu Q., Zeng Y.R. (2020). Forecasting monthly tourism demand using enhanced backpropagation neural network. *Neural Processing Letters*, 52(3), 2607–2636. DOI:10.1007/s11063-020-10363-z
- Xiang Z., Wang D., O’Leary J., Fesenmaier D. (2015). Adapting to the internet: trends in travelers use of the web for trip planning. *Journal of Travel Research*, 54(4), 511–527.
- Xie G., Li X., Qian Y., Wang S. (2021). Forecasting tourism demand with KPCA-based web search indexes. *Tourism Economics*, 27(4), 721–743. DOI: 10.1177/1354816619898576
- Yang X., Pan B., Evans J.A., Lv B. (2015). Forecasting Chinese tourist volume with search engine data. *Tourism Management*, 46(Feb.), 386–397. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.07.019

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Arina Yu. Balandina – Junior Researcher, Vologda Research Center, Russian Academy of Sciences (56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: arina.kudrevich@yandex.ru)