

# РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Том 18 • Номер 21 • ноябрь 2017 ISSN 1994-6937

Russian Journal of Entrepreneurship



# Особенности формирования регионального рынка туристских услуг в Алтайском крае

**Цой В.А.**<sup>1</sup>

1 Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

#### **ЯНЦАТОННА**

Статья посвящена изучению особенностей формирования регионального рынка туристских услуг в Алтайском крае, который обладает богатыми природно-климатическими и туристско-рекреационными ресурсами. Актуальность темы исследования определяется созданием двух туристских кластеров и свободной экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории данного субъекта Российской Федерации.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** рынок туристских услуг, отраслевой подход, региональный подход, туристский поток.

# Features of creation of regional market of tourist services in Altai Territory

Tsoy V.A.1

<sup>1</sup> Novosibirsk State Technical University, Russia

# Введение

Овременные рыночные условия характеризуются усиливающейся конкуренцией и существенными изменениями отраслевой и региональной структур. В субъектах Российской Федерации, обладающих богатыми природно-климатическими ресурсами, туризм является перспективным направлением развития региональной экономики. В настоящее время функционирование рынка туристских услуг характеризуется отсутствием экономических механизмов регулирования деятельности основных хозяйствующих субъектов. В качестве идеологической основы развития туризма рассматривается федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» [1]. Для адаптации положений данной целевой программы к условиям регионального рынка необходимо проанализировать характерные особенности функционирования хозяйствующих субъектов туристской отрасли конкретной терри-

тории. Поэтому целью данной статьи является рассмотрение особенностей формирования регионального рынка туристских услуг на примере Алтайского края.

## Непостоянство границ

По данным Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ Алтайский край входит в шестерку самых популярных туристских регионов России [7]. Результаты исследований структуры туристского потока в Алтайский край показывают, что примерно 25 % турпотока составляют жители Алтайского края, а оставшиеся 75 % приходятся на нерезидентов рассматриваемого субъекта РФ [12]. Полученные результаты подтверждают существование потенциальной возможности для увеличения турпотока за счет изменения его структуры в сторону возрастания доли путешествующих резидентов. Данный процесс позволит повысить величину турпотока без существенного роста нагрузки на элементы инфраструктуры и природные ресурсы края.

Принципиальными моментами в исследованиях рынка является корректное определение его границ. В зависимости от объекта исследования доминирует либо отраслевой, либо региональный подход к определению границ рынка.

В отраслевом подходе для определения границ рынка широко используется показатель перекрестной эластичности по спросу, который показывает относительные изменения спроса на товар А при изменении цены на товар В [2] (Rozanova, 2011):

$$E_{AB}^{D} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta p_B} \times \frac{p_B}{Q_A}, \qquad (1)$$

где индекс D означает эластичность спроса, а индекс AB указывает на перекрестную эластичность спроса товаров/услуг A и B.

#### ABSTRACT:

The article is devoted to the study of the features of creation of regional market of tourist services in Altai Territory which has rich natural-climatic and tourist-recreational resources. The relevance of the study is determined by the creation of two tourist clusters and a free economic zone of a tourist-recreational type in the territory of this subject of the Russian Federation.

KEYWORDS: tourist service market, sectoral approach, regional approach, tourist flow

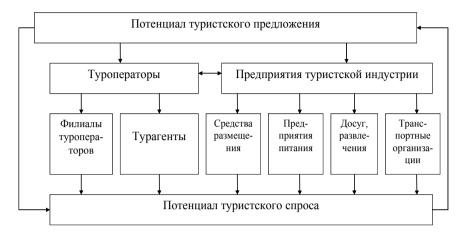
JEL Classification: L80, L83, R58 Received: 07.10.2017 / Published: 16.11.2017

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Tsoy V.A. (valcui@mail.ru)

#### CITATION:

Tsoy V.A. (2017) Osobennosti formirovaniya regionalnogo rynka turistskikh uslug v Altayskom krae [Features of creation of regional market of tourist services in Altai Territory]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 18. (21). – 3289-3296. doi: 10.18334/rp.18.21.38501



**Рисунок 1.** Блок-схема рынка туристских услуг *Источник:* составлено автором по данным литературных исследований [2].

В региональном подходе используются функциональный, территориальный и отраслевые методы определения границ рынка. Следует отметить, что рынок туристских услуг в зависимости от спроса и предложения имеет различные границы. Если в основу закладывается фактор предложения, то можно говорить о локализации рынка в пределах территории, на которой размещаются объекты туристской инфраструктуры. Если в качестве приоритетного рассматривается фактор спроса, то границы туристского рынка размываются и имеет место делокализация, степень которой определяется географией туристских дестинаций. Поэтому при рассмотрении регионального рынка туристских услуг необходимо учитывать изменение его границ в зависимости от доминирования факторов спроса и предложения.

На рынке туристских услуг функционируют организации, относящиеся к туристской отрасли, и предприятия, которые в основном обслуживают резидентов территории. Блок-схема рынка туристских услуг представлена на *рисунке* 1.

# Поведение диктует предложение

На рынке туристских услуг Алтайского края преобладает потенциал туристского предложения. В *таблице 1* представлены данные по размещению туристских организаций по городам и районам Алтайского края.

#### ОБ АВТОРЕ:

**Цой Валерий Александрович,** кандидат технических наук, доцент (valcui@mail.ru)

#### ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Цой В.А. Особенности формирования регионального рынка туристских услуг в Алтайском крае // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 21. – С. 3289-3296. doi: 10.18334/гр.18.21.38501

756

 Размещение туристских организации по городам и раионам в Алтаиском крае

 Общее количество туристских организаций

 туроператоров и турагентов
 Барнаул
 Бийск
 Рубцовск
 Белокуриха район
 Алтайский район

31

11

172

 Таблица 1

 Размещение туристских организаций по городам и районам в Алтайском крае

Источник: составлено автором по данным сайтов [5, 6].

59

190

Из данных *таблицы 1* видно, что существует высокая неоднородность размещения по территории края: на два города и один район приходятся около 40 % хозяйствующих субъектов, в которых проживает более 50 % населения [6].

В настоящее время в регионе находятся два туристских кластера: автотуристический «Золотые ворота Алтая» в г. Бийске и туристско-рекреационный «Белокуриха-2» в г. Белокуриха, что обусловлено географическими особенностями данных городов. Бийск находится на федеральной трассе Новосибирск—Ташанта и является «воротами» Алтая. Белокуриха расположена рядом с родоновыми источниками и является городом-курортом федерального значения. Создание кластеров на территориях данных муниципальных образований позволит повысить равномерность размещения туристских организаций и объектов.

На эффективность функционирования субъектов рынка туристских услуг существенное влияние оказывает рыночная структура. Санаторно-курортные услуги вносят существенный вклад в региональную структуру рынка туристских услуг. Поэтому для определения структуры рынка был выбран город-курорт Белокуриха. В соответствии с отраслевым подходом структура рынка определяется при помощи показателя концентрации  $C_m$  и индекса Герфиндаля–Гиршмана HHI. Расчетные значения для крупных хозяйствующих субъектов представлены в maблице 2.

Из представленных данных видно, что на рынке санаторно-курортных услуг, границы которого определялись предложениями, сформировалась гомогенная олигополия. Поведение участников на гомогенном олигополистическом рынке описывается при помощи моделей некооперативных стратегий [2] (Rozanova, 2011).

Tаблица 2 Расчетные значения  $\,C_m\,$  и  $\,H\!H\!I\,$ для рынка санаторно-курортных услуг г. Белокуриха

Показатель	3A0 «Курорт Белокуриха»	3A0 «Санаторий «Россия»	ОАО «Санаторий «Алтай-West»	Санаторий Центросоюза РФ	Сумма итого
$C_m$	0,325	0,146	0,122	0,056	0,649
HHI	1046,50	213,16	148,84	31,36	1439,86

Источник: составлено автором по данным сайтов [5].

Данные качественные модели позволяют прогнозировать действия участников рынка в зависимости от возможности изменения стратегических переменных. Для рынка туристского предложения характерна сильная локализация оказываемых услуг, возможность значительного увеличения предложения ограничивается существующей инфраструктурой и объемными характеристиками объектов, т. е. поведение описывается моделью Бертрана. Участники рынка реагируют на изменение рыночной ситуации при помощи варьирования цен. Рынок туристского спроса делокализован, имеются возможности для изменения предложения. Поэтому участники, в первую очередь, будут реагировать на рыночные изменения за счет варьирования количества предложения, т. е. поведения описывается моделью Курно.

Для подтверждения эффекта делокализации рынка услуг по спросу были рассчитаны коэффициенты перекрестной эластичности для четырех центров, предоставляющих аналогичные санаторно-курортные услуги г. Белокуриха, г. Далянь (КНР), Сочи и Карловы Вары (Чехия). Результаты расчета показателя перекрестной эластичности для различных пар сравнения представлены в *таблице 3*.

Таблица 3 Результаты расчета показателя перекрестной эластичности для различных пар сравнения

Пара сравнения	Белокуриха – Сочи	Белокуриха – Далянь	Белокуриха – Карловы Вары
$E_{as}$	1,55	2,74	5,15

Источник: составлено авторами по данным и сайтов: http://alttur22.ru/, http://ak.gks.ru [6,7].

Положительные значения коэффициента перекрестной эластичности свидетельствуют о том, что указанные услуги являются субститутами, т. е. присутствуют на одном рынке. Поэтому для сохранения и увеличения доли рынка необходимо учитывать существование туристских предложений за пределами Алтайского края.

#### Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

- 1. Рассмотрены особенности формирования регионального рынка туристских услуг в Алтайском крае. Показана территориальная неоднородность размещения туристских организаций.
- 2. С использованием отраслевого и регионального подходов определены границы рынка туристских услуг Алтайского края. Показана необходимость учета факторов туристского спроса и туристского предложения при рассмотрении регионального рынка туристских услуг.
- 3. Для определения продуктов-конкурентов и прогнозирования поведения участников регионального рынка туристских услуг предложено использовать показатель перекрестной эластичности и модели некооперативных стратегий.

#### источники:

- 1. Федеральная целевая программа № 644 «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» от 02.08.2011 г
- 2. Розанова Н.М Экономика отраслевых рынков: Учебник. М.: Юрайт, 2011. 906 с.
- 3. Цой В.А., Акимов О.С., Егорова Л.Г. Теоретические и методологические аспекты формирования регионального рынка туристских услуг в Алтайском крае. / монография. Бийск: Изд-во Алт. гос. техн. ун-та, 2016. 205 с.
- 4. Цой В.А. Использование отраслевого и регионального подхода для оценки перспектив развития рынка туристских услуг в Алтайском крае // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: материалы седьмой международной научно-практической конференции 17–18 апреля 2015 года. Рубцовск, 2015. с. 308-316.
- 5. Управление Алтайского края по внешним связям, туризму и курортному делу. [Электронный ресурс]. URL: http://alttur22.ru/.
- 6. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. [Электронный ресурс]. URL: http://ak.gks.ru.
- 7. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: http://www.russiatourism.ru/.
- 8. Цой В.А., Акимов О.С., Сотник К.А. Оценка и реализация потенциала рынка туристских услуг в Алтайском крае // Состояние и перспективы развития социально-культурного и технического сервиса: материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием 24–25 апреля 2014 года. В 2 ч., Ч.2. –Бийск, 2014. с. 145–149.
- 9. Цой В.А., Акимов О.С. Анализ рынка туристских услуг г. Белокуриха // Вестник алтайской науки. 2014. №№ 2, 3. с. 149–153.
- 10. Цой В.А., Акимо в О.С., Егорова Л.Г. Анализ рынка туристских услуг г. Белокуриха // Развитие и продвижение туристско-краеведческих ресурсов региона: материалы V международной научно-практической конференции Новосибирск, 2013 год. Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. Новосибирск, 2013. с. 150–156.
- 11. Цой В.А., Сидоренко И.И. Оценка емкости рынка туристских услуг в Алтайском крае // Состояние и перспективы развития социально-культурного и технического сервиса: материалы I Всероссийской научно-практической конференции. Бийск, 2013. с. 271–274.
- 12. Рейтинг популярности туристических регионов России. Vtourisme. [Электронный ресурс]. URL: http://www.vtourisme.com.

## REFERENCES:

Rozanova N.M (2011). Ekonomika otraslevyh rynkov [Economy of the industrial markets] M.: Yurayt. (in Russian).

- Tsoy V.A. (2015). Ispolzovanie otraslevogo i regionalnogo podkhoda dlya otsenki perspektiv razvitiya rynka turistskikh uslug v altayskom krae [Application of sectoral and regional approach to assessment of development prospects of the tourist service market in Altai Territory] Problems and development prospects of economy and management in Russia and abroad. 308–316. (in Russian).
- Tsoy V.A., Akimov O.S. (2014). Analiz rynka turistskikh uslug g.Belokurikha [Analysis of tourist service market in Belokurikha]. Bulletin of the Altai science. (2,3). 149–153. (in Russian).
- Tsoy V.A., Akimov O.S., Egorova L.G. (2013). Analiz rynka turistskikh uslug g. Belokurikha [Analysis of tourist service market in Belokurikha] Development and promotion of tourism and local lore resources of the region. 150–156. (in Russian).
- Tsoy V.A., Akimov O.S., Egorova L.G. (2016). Teoreticheskie i metodologicheskie aspekty formirovaniya regionalnogo rynka turistskikh uslug v Altayskom krae [Theoretical and methodological aspects of creation of the regional market of tourist services in Altai Territory] Biysk: Izd-vo Alt. gos. tekhn. un-ta. (in Russian).
- Tsoy V.A., Akimov O.S., Sotnik K.A. (2014). Otsenka i realizatsiya potentsiala rynka turistskikh uslug v Altayskom krae [Assessment and realization of the potential of tourist service market in the Altai Territory] The state and prospects for development of socio-cultural and technical services. 145–149. (in Russian).
- Tsoy V.A., Sidorenko I.I. (2013). Otsenka emkosti rynka turistskikh uslug v Altayskom krae [Assessment of the capacity of tourist service market in Altai Territory] The state and prospects for the development of socio-cultural and technical services. 271–274. (in Russian).