актуальные вопросы развития туризма в России и регионах

Аннотация

В статье рассматриваются особенности развития туризма в России и регионах. Анализируется влияние основных составляющих на развитие туризма: транспорта, гостиничного хозяйства, информационной политики, стоимости туристического продукта. Приведены отдельные аргументы для изменения ситуации в туризме и улучшения развития туристической сферы в популярных регионах России.

Ключевые слова: туризм, экономика туризма, развитие туризма в регионах, туристический рынок

Матюнин Владимир Михайлович
канд. экон наук, доцент кафедры менеджмента, Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Новосибирск
ninutam@mail.ru

Развитие туристической сферы и рост туристического потока в последнее время является общемировым трендом. Согласно данным Всемирной туристической организации (UNWTO), число международных туристических визитов составило 1 миллиард в 2012 году, а доходы от международного туризма превышают 1 триллион долларов [1].

При этом следует отметить, что ряд обстоятельств, мировой финансовый кризис и политическая нестабильность в ряде регионов и стран не позволили достичь этих значений несколькими годами ранее. По данным UNWTO 1 из 12 человек работают в туристической отрасли в странах с растущей или развитой экономикой и тенденция роста занятости в прогнозах сохраняется.

Влияние туристических услуг на экономику региона

В мире насчитывается 15 стран, специализирующихся на туристических услугах, в которых поступления от туризма превышают доходы от экс-

порта товаров нередко во много раз. У 45 стран поступления от туризма превышают 1/4 часть объема экспорта [6]. Функционирование хозяйствующих субъектов в области туризма тесно связано, либо влияет на развитие 32 отраслей национальной экономики [2].

В ряде регионов России существуют все необходимые предпосылки для развития рынка туристических услуг. В настоящее время в субъектах идет формирование рынка этих услуг, пользующихся большим спросом. Анализ и прогноз совокупного спроса на туристическом рынке показал, что количество посещающих туристов с каждым годом увеличивается, и тенденции к увеличению туристического потока в ближайшей перспективе будут сохраняться.

Наличие в общем туристическом потоке большого числа неорганизованных туристов, говорит о существовании большого запаса роста по всем традиционным статьям туристических расходов. Предложение разнообразных и дифференцированных наборов туристических услуг в будущем позволит повысить собираемость налогов во все уровни бюджетной системы от туристической деятельности на территории региона. Их влияние на экономику региона происходит преимущественно через сферу торговли и общественного питания. Статистические данные в этом сегменте имеют низкую достоверность, и вклад неорганизованных туристов в экономику региона труднее поддается учету.

Транспортная политика и... развитие туризма

Следует отдельно рассмотреть вопросы транспортного обеспечения туристической деятельности в регионах. Несмотря на увеличивающийся туристический поток, большинство транспортных предприятий и организаций не стремятся обновлять свой парк, чем значительно сдерживают рост туристического спроса. Транспортные услуги оказываются на низком уровне с использованием морально устаревшей техники, которая не отвечает нормам транспортной безопасности.

Этот фактор в условиях международной конкуренции заставляет потенциальных потребителей

количество посещающих туристов с каждым годом увеличивается, и тенденции к увеличению туристического потока в ближайшей перспективе будут сохраняться

осуществлять свой выбор в пользу зарубежного продукта, так как транспортная доступность соседнего туристического региона ниже (хуже), чем популярных мировых курортов. В организациях транспортного комплекса отсутствует работа, связанная с формированием стыковок между различными видами транспорта: авиа, автобусного, железнодорожного, водного, что тоже откладывает отпечаток на увеличение туристического потока.

Мировой опыт свидетельствует о необходимости пересмотра транспортной политики и формирования современной транспортной инфраструктуры в процессе развития туристической сферы. Монополизм, ценовой сговор, наличие псевдоконкуренции сдерживают развитие перспективного авиационного сообщения в регионах, а выдавливание с рынка авиакомпаний дискаунтеров (лоукостеров) и бедственное положение малой авиации приводит к уменьшению доступности авиаперевозок. Именно это направление традиционно дает значительный прирост туристов в общем потоке. Авиакомпании дискаунтеры развиваются во всем мире, и их доля в последнее время только нарастает, в то время как в нашей стране они сталкиваются с организационными и экономическими трудностями (банкротство «Авиановы», реорганизация «Скай Экспресс» тому подтверждение).

По данным Федерального агентства по туризму (Ростуризм), динамика туристического потока и привлекательность туристического продукта страны остается на низком уровне со стороны иностранных граждан. Туристический баланс для РФ является сугубо отрицательной величиной. В 2011 году с целью туризма из РФ выехало 14,5 млн человек (в 2010 – 12,6 млн), в то время когда въезд иностранных туристов в этом же году значительно скромнее – всего 2,3 млн человек (в 2010 году – 2,1 млн) [4, 5]. Следует отметить, что в рамках отечественного туристического потока за рубеж наблюдается определенный рост, в то время как зарубежный поток в нашу страну имеет более слабый прирост. В ближайшей перспективе существующие тенденции вряд ли претерпят значительные изменения, так как отечественный турпродукт

монополизм, ценовой сговор, наличие псевдоконкуренции сдерживают развитие перспективного авиационного сообщения в регионах

является менее привлекательным для российских туристов, а тем более для иностранных граждан. Причем последних сдерживает еще и неудовлетворительная организация работы по выдаче виз в соответствующих ведомствах. Однако это совсем не означает возможности переломить существующие тенденции, но в среднесрочной перспективе ставку придется делать на внутренних (менее требовательных) туристов и развивать внутренний туризм, тем более что для этого есть огромный недоиспользованный потенциал. Об этом свидетельствует и низкая мобильность населения в период летнего времени, когда большой процент населения (30–45%) проводят отпуск дома, не выезжая даже в соседний регион с туристическими и рекреационными целями.

в рамках отечественного туристического потока за рубеж наблюдается определенный рост, в то время как зарубежный поток в нашу страну имеет более слабый прирост

Комплексный турпродукт

Проектирование туристического продукта – это комплексная задача, которая стоит перед властными структурами региона, бизнес-сообществом и населением. К сожалению, в нашей стране отсутствует опыт работы в данном направлении, так как оно для нас является новым и зачастую не рассматривается, как перспективное. Существующие программы, концепции регионального и государственного уровня имеют слабую проработку, из которых не ясно, как будет развиваться туристическая сфера в среднесрочной и долгосрочной перспективе, как будут преодолеваться существующие барьеры и ограничения в туристической сфере. Зачастую перечень мероприятий и виды осуществляемых работ не имеют никакой корреляции с основной целью программных документов, что противоречит основным принципам их формирования.

Отдельного рассмотрения требует вопрос стоимости комплексного турпродукта в регионах и стране в целом. В рамках существующей международной конкуренции доступность иностранного продукта не только с точки зрения транспорта, но и с точки зрения цены остается бесспорным. Это не значит, что отечественный турпродукт полностью проигрывает иностранному, а всего лишь требует детального анализа вопрос ценообразования и пересмотра подхода к работе с туристи-

ряд привлекательных и популярных зарубежных стран ведут более продуманную и взвешенную информационную политику по популяризации отдыха в своей стране

ческим потоком и сглаживанием сезонных колебаний. В ряде направлений летняя сверхприбыль перекрывает полный простой в низкий сезон, что говорит о неудовлетворительной годовой загруженности инфраструктуры и низком уровне организации и управления туристическими объектами. Свою лепту вносят и транспортные организации, значительно искажая стоимость конечного турпродукта для потребителя и делая его менее доступным.

Информационная политика по популяризации отдыха

В рамках рекламной и информационной политики можно наблюдать изменение ситуации, однако существует еще ряд проблем, который требует решения в ближайшей перспективе. Ряд привлекательных и популярных зарубежных стран ведут более продуманную и взвешенную информационную политику по популяризации отдыха в своей стране. Содержание сети представительств в странах поставщиках туристов и организация цикла передач на телевидении и публикация статей в печатных СМИ является неотъемлемой составляющей продвижения туристического продукта страны и региона. Бюджет на рекламу и продвижение турпродукта может составлять от 30 до 100 млн евро в год в зависимости от государства. С точки зрения нашей страны денежные средства, выделяемые на подобные мероприятия в несколько десятков раз меньше в сравнении со странами Европы. Неграмотная информационная политика характерна не только в отношении формирования спроса извне, но и внутри страны и между ее регионами, что, конечно, сдерживает положительную динамику туристического потока в ряде перспективных регионов.

Необходимо обратить особое внимание на проблемы развития гостиничного хозяйства в привлекательных регионах. В настоящее время существующий гостиничный комплекс страны не соответствует уровню общего экономического развития и звездности. Предлагаемый номерной фонд рассчитан только на состоятельных туристов и тех, у кого доходы выше среднего, все же остальные потенциальные потребители является

ы развития регионов

автоматически отсеченными от процесса приобщения к турпродукту. Отсутствие дифференцированного предложения гостиничных услуг также значительно сдерживает развитие туристического рынка. Формирование среднего и нижнего ценового сегмента (так называемых хостелов) должна быть первоочередной задачей для игроков туристического рынка. Сравнивая цены на проживание в отелях Европы и некоторых регионов России, можно сделать вывод о чрезмерном и порой необоснованно завышенном уровне цен, не соответствующем уровню сервиса. Зачастую многие гостиничные комплексы строились в СССР и не отвечают современным требованиям, хотя стоит отметить, что постепенно появляются новые объекты достойного уровня, но это точечные явления, за которыми нет никакого системного подхода в этой области.

Существующие проблемы в различных сферах туристической деятельности дополняются сложностью обеспечения безопасности и отсутствием терпимого отношения к туристам и путешествующим, как общей идеологической концепции, несмотря на то, что это закреплено в Гаагской декларации по туризму. В последнее время в некоторых российских регионах ситуация постепенно меняется, но это очень сложный эволюционный процесс [3].

Вывод

Управление развитием сферы туристических услуг является не мене сложным и перспективным направлением экономической деятельности для рекреационных территорий, обладающих туристическим потенциалом и ресурсами. Особое внимание следует уделять государственному регулированию развития рынка, что в конечном итоге отражается на решении вопросов занятости населения, создании работающего сектора малых и средних предприятий, увеличении доходов населения, формировании налогооблагаемой базы. Туристическая деятельность для многих регионов может рассматриваться как перспективное направление и возможность дальнейшей экономической специализации, однако за кажущейся простотой развития этой области в ближайшей

неграмотная информационная политика характерна не только в отношении формирования спроса извне, но и внутри страны

перспективе предстоит реализовать большое количество программных мероприятий, предполагающих постепенную наработку опыта.

Литература

1. Marcelo Risi. International tourism hits one billion / World Tourism Organization UNWTO. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://media.unwto.org/en/press-release/2012-12-12/international-tourism-hits-one-billion.
2. Морозов В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями в национальной экономике. – М.: ТЕИС, 2004. – 192 с.
3. Писаревский Е.Л. Концепция доктрины обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации // Туризм: право и экономика. – 2012. – № 1.
4. Показатели выезда российских граждан за рубеж за 2011 год / Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140897/.
5. Показатели въезда иностранных граждан в Российскую Федерацию за 2011 год / Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140896/.
6. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: Инфра-М, 2005. – 730 с.

pn

Vladimir M. Matyunin
Candidate of Economic Sci., Associate Professor of the Academic Department of Management Siberia Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Novosibirsk

Topic Issues of Tourism Development in Russia and its regions

Abstract

Peculiarities of tourism development in Russia and its regions are considered in the Article. There given the analysis of main components influence on the tourism development namely: transport, hospitality industry, information policy, cost of tourist products. Separate arguments for situation changing in the tourism and improvement of development of the tourist sphere in popular regions of Russia are presented.

Keywords: tourism, tourism economy, tourism development in regions, tourism market