

ЭКОНОМИКА СЕРВИСА SERVICE ECONOMY

УДК 338.48:330.322 (470.620)

ББК 65.433 (2Рос-4Кра)

А 72

В.В. Антошкина

Аспирант кафедры международного туризма и менеджмента Кубанского государственного университета, г. Краснодар. Тел.: (964)899-66-09, e-mail: viktoraaa@mail.ru.

А.А. Кошутина

Аспирант кафедры международного туризма и менеджмента Кубанского государственного университета, г. Краснодар. Тел.: (912)579-59-38, e-mail: koshutina-aleksa@mail.ru.

ДИНАМИКА ТУРИСТСКОГО ПОТОКА КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

(Рецензирована)

Аннотация. В статье проводится анализ туристского потока Краснодарского края. В настоящее время, в соответствии с ориентирами социально-экономического развития Краснодарского края, туризм выделен в приоритетную отрасль. В ходе изучения современного состояния ТРК Краснодарского края были выявлены основные тенденции, а также найдены пути развития туристско-рекреационного комплекса.

Ключевые слова: туристский поток, туристско-рекреационный комплекс, рекреационный потенциал, курортно-рекреационный комплекс

V.V. Antoshkina

Post-graduate Student of International Tourism and Management Department, Kuban State University, Krasnodar. Ph.: (964)899-66-09, e-mail: viktoraaa@mail.ru.

A.A. Koshutina

Post-graduate Student, International Tourism and Management Department, Kuban State University, Krasnodar. Ph.: (912)579-59-38, e-mail: koshutina-aleksa@mail.ru.

TOURIST FLOW DYNAMICS AS THE MAIN DEVELOPMENT INDICATOR OF TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF THE KRASNODAR TERRITORY

Abstract. The paper analyzes the tourist flow of the Krasnodar Territory. According to the guidelines of social and economic development of the Krasnodar Territory, tourism relates to one of the priority sectors. The authors reveal main tendencies as well as new ways of the development of tourist and recreational complex in the course of the study of the current state of the Krasnodar Territory.

Keywords: tourist traffic, tourist and recreational complex, recreation capacity, resort-recreational complex.

Туристический сектор сохраняет высоким источником роста и развития многих стран мира. По предварительным прогно-

Таблица 1

Величина турпотока по регионам мира

Регион посещения	Посещаемость региона, млн чел.	Увеличение по сравнению с 2013 г.	
		млн чел	%
Европа	588	22	4
Азия	263	13	5
Америка	181	13	7
Африка	56	1	2

Таблица 2

Въезд иностранных граждан на территорию РФ в 2014 г.

Цель посещения	Количество посещений		
	2013 г.	2014 г.	%
Туризм	2 207 125	2 125 055	-4
Служебная	3 305 883	3 025 408	-8
Всего	8 957 954	8 950 315	0

зам, в 2015 г. показатели в сфере международного туризма увеличатся на 3—4%, что будет способствовать дальнейшему восстановлению мировой экономики.

Согласно статистическим данным Всемирной Организации Туризма (таблица 1), количество туристов в 2014 г. возросло на 4,7%, было зарегистрировано 1,138 млн путешественников по всему миру, что на 51 млн больше, чем в 2013 г. Европа, по-прежнему, самый посещаемый регион мира, где посещаемость в сфере туризма увеличилась на 4% и достигла 588 млн. Благодаря этим результатам туризм стал главным двигателем восстановления экономического состояния региона. Лидерами по приему туристов стал север Европы и район Средиземного моря — прирост составил 7%, в то время как прирост в Западной Европе составил всего 2%.

По данным Пограничной службы ФСБ России, въезд иностранных граждан на территорию РФ в 2014 г. с целью туризма составил 2207 тыс. человек (таблица 2).

Вклад индустрии туризма в мировой ВВП — 9,5%, тогда как доля туризма в ВВП Российской Федерации составляет 1,4% (953,1 млрд р.), с учетом мультипликативного эффекта отрасли — 5,8% (3969 млрд р.).

Последние 20 лет в России туризм в основном воспринимался только как зарубежный отдых. По данным Всемирно-

го Банка и ЮНВТО, с 1991 г. по 2014 г. российскими туристами было вывезено из страны 450 млрд дол. Таким образом, в настоящее время существует большой потенциал для импортозамещения этого объема выпадающих туруслуг. Удовлетворить спрос российских путешественников, отказавшихся от поездок за границу, и обеспечить условия для экономического роста регионов возможно за счет развития внутреннего туризма путем создания туристской инфраструктуры и конкурентоспособного на внутреннем и мировом туристских рынках турпродукта.

Однако к началу 2015 г. произошло изменение структуры российского турбизнеса: на 40% уменьшился спрос на выездной организованный туризм и значительно (на 30%) увеличился внутренний турпоток, достигнув отметки 41,5 млн поездок.

Основной задачей, поставленной Правительством РФ, является увеличение туристского потока за счет формирования добросовестной конкурентной бизнес-среды в сфере туризма.

В настоящее время, в соответствии с ориентирами социально-экономического развития Краснодарского края, туризм выделен в приоритетную отрасль. На этот вид экономической деятельности делается ставка и при переходе от сырьевого к инновационному, социально ориентированному типу развития [1].

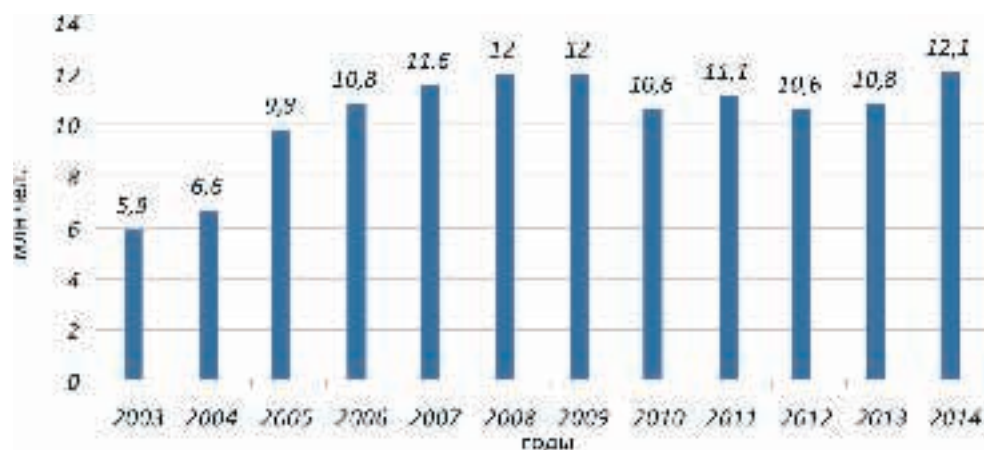


Рисунок 1. Туристский поток в Краснодарский край

Следует заметить, что комплекс тактических мероприятий, реализованных Администрацией Краснодарского края в сфере развития туризма, позволил добиться определенной устойчивости региона на туррынке, о чем свидетельствуют стабильно высокие места по многочисленным рейтингам туристского потенциала [2]. Одним из основных показателей динамики развития ТРК является туристский поток (рисунок 1).

По оценкам специалистов, в ближайшие годы количество посещений должно достигнуть 14 млн. Однако, анализируя официальные статистические данные, можно отметить только незначительный рост турпотока в 2015 г. по сравнению с соответствующим периодом (январь-сентябрь) 2014 г., что является следствием кризисных явлений в экономике страны.

Следует обратить внимание на то, что в 2009—2011 гг. российская экономика функционировала в посткризисных условиях, что, безусловно, нашло отражение в замедлении темпов роста мирового туризма и снижении турпотока во многих странах и регионах мира. И то, что турпоток в Краснодарском крае в посткризисные годы не снизился резко, а остался на стабильном уровне, характеризует проводимую политику продвижения как достаточно эффективную. Например, в самый сложный для экономики 2009 г., когда падение туризма на отдельных направлениях составило 20—30%, в Краснодарском крае был на 65% увеличен рекламный бюджет на продвижение курортов, что, по мнению аналитиков, позволило удержать турпоток в регионе на прежнем докризисном уровне.

В 2010 г., как отмечают эксперты, рекламный бюджет был ниже, что соответственно отразилось и на динамике турпотока. Динамика турпотока — показатель, характеризующий эффективность рекламной деятельности на уровне региона.

Согласно результатам исследований, проводимых в 2013 г. Сочинским государственным университетом по заказу Министерства курортов и туризма Краснодарского края, изменяются не только количественные показатели ТРК, но и дифференцируются цели поездок, т.е. предпочтительные виды туризма (рисунок 2). По-прежнему, предпочтение отдается оздоровительному и пляжному отдыху, для других представленных видов туризма наблюдается тенденция увеличения спроса.

Позитивной тенденцией является достаточно высокий процент возвратных туристов, это около 60% по сегменту внутреннего туризма. Следует отметить, что качество сервиса остается одной из главных причин, влияющих на отрицательный выбор потребителей в отношении отдыха на курортах Краснодарского края (рисунок 3, таблица 3).

В качестве стагнационной тенденции следует отметить отсутствие в последние годы положительной динамики увеличения продолжительности пребывания туристов в гостиницах края.

Значительная часть туристов размещается в секторе индивидуальных средств размещения. Учитывая, что загрузка гостиниц в общем по краю не составляет 100%, можно сделать вывод, что отказ от гостиничного размещения обусловлен потребительскими предпоч-

Таблица 3

Оценка качества услуг

Показатели оценки	Средняя оценка по 5-балльной шкале
Качество оздоровительных услуг	4,16
Качество экскурсионного обслуживания	4,11
Качество услуг размещения	4,05
Качество услуг питания	3,86
Подготовка персонала	3,29
Соответствие цены качеству услуг	2,93
Качество транспортного обслуживания	2,91

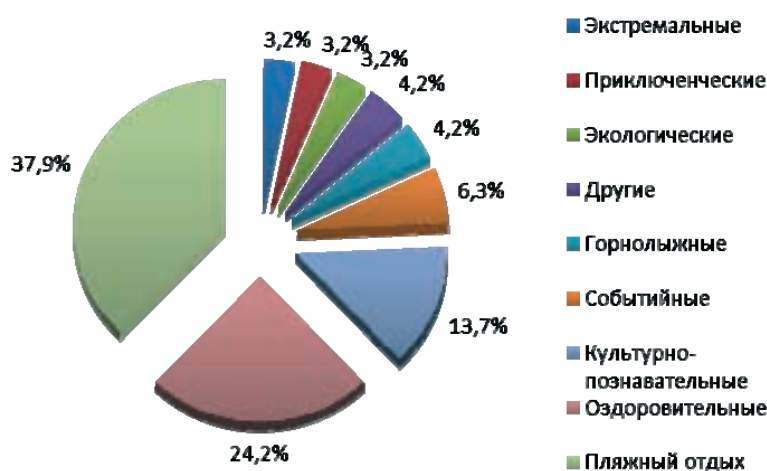


Рисунок 2. Популярность видов туризма на курортах Краснодарского края

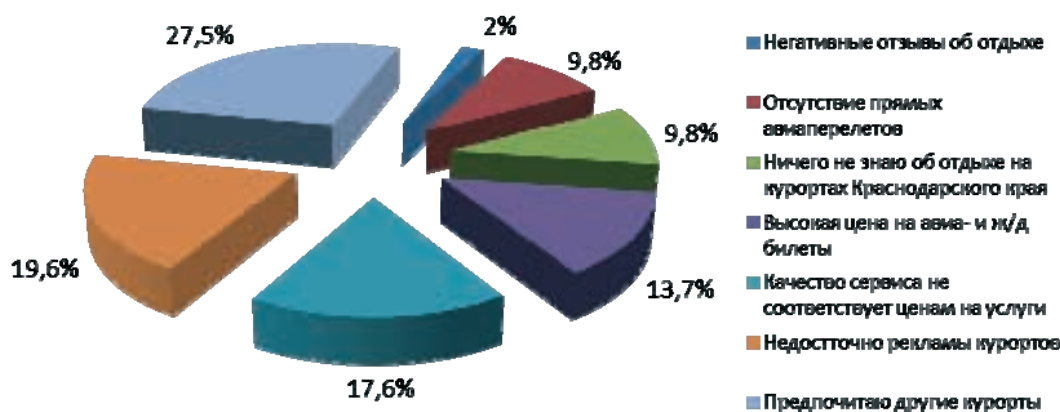


Рисунок 3. Причины, влияющие на отрицательный выбор потребителей в отношении отдыха на курортах Краснодарского края

тениями туристов, а не мощностью базы размещения края.

По итогам 2014 г. объем услуг ТРК в Краснодарском крае составил 74,0 млрд р. (рисунок 4).

Таким образом, при изучении современного состояния ТРК Краснодарского края были выявлены следующие тенденции:

— положительная динамика его развития;

— стабильное увеличение турпотока в период 2012—2015 гг.;

— основная доля туристов приезжает с личными целями, прежде всего, с целями рекреации, связанными с проведением отпуска, отдыха и досуга;

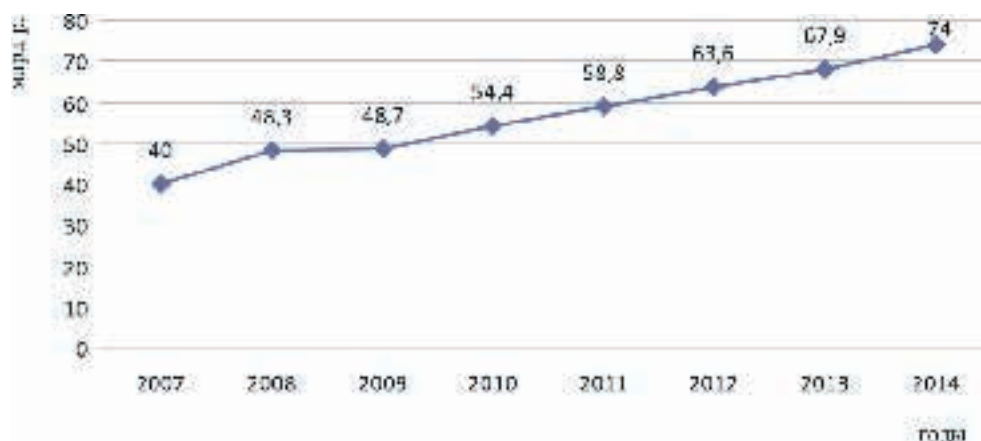


Рисунок 4. Объем услуг курортно-рекреационного комплекса Краснодарского края

— основная часть потока представлена гражданами РФ;

— резко возросла доля транзитного потока, что обусловлено популярностью Крыма в 2014—2015 гг.

Остановившись на последнем, следует отметить, что в ближайшие годы поток транзитных туристов будет увеличиваться, особенно после возведения моста через Керченский пролив. В связи с этим для достижения долгосрочных целей необходимо реализовать целый комплекс мероприятий, среди которых обязательно должны быть мероприятия по «задержанию» транзитного потока и по увеличению продолжительности пребывания туристов, особенно в Приазовской рекреационной зоне. А этого невозможно достигнуть без формирования перспективных туристских продуктов, адаптированных под требования потребителей сегментов внутреннего и въездного туризма.

Также внимание следует уделять расширению географических рынков сбыта регионального турпродукта по вектору въездного туризма.

Для уточнения организационно-качественных параметров регионального рынка туризма, которые закладываются в основу оптимизации процесса формирования перспективных, конкурентоспособных туристских продуктов, следует осуществить дополнительные исследования в трех плоскостях [3].

1. *Выявление целевых групп* потребителей в соответствии с географией прибытий туристов в Краснодарский край. Учитывая приоритеты международного и межрегионального сотрудничества края,

наиважнейшими рынками сбыта турпродукта должны стать страны СНГ. Изучая основные рынки внутреннего туризма, следует приоритетными считать рынки Московского региона, Санкт-Петербурга и Западно-Сибирского региона, а также близлежащие субъекты РФ.

Результаты исследований по данному направлению позволят уточнить географические аспекты стратегических и тактических мероприятий по развитию сферы туризма в крае, прежде всего, в сфере маркетинга.

2. *Уточнение видовой специализации* в целях модернизации традиционных туристских продуктов и определения перспектив по диверсификации предложения на основе имеющихся туристских ресурсов. В первую очередь, следует подчеркнуть, что диверсификационные подходы смогут обеспечить стратегическое развитие и конкурентоспособность турпродукта края.

3. *Выделение иерархии приоритетных видов туризма* с учетом тенденций развития глобального туризма, тенденций развития внутреннего туризма в целом по России в целях построения перспективы по выходу на рынок с принципиально новыми для Краснодарского края туристскими продуктами и управления инфраструктурными изменениями в среднесрочном периоде.

По данным ЮНВТО, по перспективности развития отдельных видов туризма в мире формируется следующая иерархия приоритетных видов туризма: рекреация, проведение каникул, отпусков, отдыха; оздоровление, религиозный и паломни-

ческий туризм; деловой туризм; сельский туризм [4].

В стратегической перспективе развития туризма в Краснодарском крае следует отметить высокий потенциал делового и сельского туризма. По оценкам *World Traveland Tourism Council (WTTC)*, к 2020 г. глобальный рынок делового туризма составит 1,589 трлн дол., что означает ежегодный рост на 4,3%, а объём российского рынка деловых поездок достигнет 18,4 млрд дол. при ежегодном росте на 5,9% [5]. Данные *WTTC* доказывают перспективность развития делового туризма в мире в целом и России — в частности. Статистические данные показывают, что среди целей приезда в Краснодарский край большую долю занимают служебные цели.

На современном этапе деловой туризм в России находится в стадии становления. В Краснодарском крае имеется высокий экономический и культурный потенциал, достаточно развитая инфраструктура и налаженная индустрия отдыха и развлечений, т.е. имеются все необходимые предпосылки для развития делового туризма.

Сельский туризм, один из наиболее популярных видов отдыха за рубежом, также является приоритетным направлением развития туризма в крае. Мировая практика показывает средний рост сектора сельского туризма на 6% в год. В развитых европейских странах сельский туризм по популярности занимает второе место после пляжного и приносит около 20—30% общего дохода туристической индустрии. В мире ежегодно путешествуют около 700 млн человек, из них предпочитают сельский туризм от 12% до 30% [6].

Однако в России сельский туризм относится к ряду новых видов туризма, поэтому конкуренция в этом секторе не настолько остра, как в других видах туризма. В России сельский туризм начал развиваться в Московской области. Наиболее известен сельский туризм в настоящее время на Алтае.

На современном этапе сельский туризм в крае находится в стадии становления. Учитывая рекреационный потенциал Краснодарского края, место сельского хозяйства в экономике региона и создаваемую базу для его развития, этот вид туризма может стать одним из ведущих сегментов рынка, особенно в степной зоне края.

Следует отметить, что значительная часть рекреантов прибывает в Краснодарский край на автомобильном транспорте даже из отдаленных регионов. Вообще, автотуризм, по данным ЮНВТО, составляет 40% всего туристского потока, находясь на втором месте после авиатранспорта. По данным экспертов, прирост автотуристов в турпотоке в России достигает 10—15% ежегодно, а за рубежом этот показатель несколько выше — 15—20% [7]. Как показывает практика, автотуристы пользуются спросом среди мобильных путешественников с достатком выше среднего уровня в возрасте от 35 лет. При этом рост интереса к этому сегменту наблюдается со стороны семейных туристов. Средняя продолжительность автомобильных поездок составляет порядка 7—10 дней.

Краснодарский край обладает основным условием активного развития автотуризма — развитой сетью автодорог. Факторами, способствующими развитию автотуризма, следует считать повышение информационной доступности, совершенствование навигации, в том числе электронной, проводимые соответствующими краевыми целевыми программами.

Согласно общемировым тенденциям, большинство (более 57%) путешественников — молодые люди. Известно, что основным фактором развития молодежного туризма является его ценовая доступность. В Краснодарском крае начали работать наиболее востребованные молодежью коллективные средства размещения — хостелы. Разнообразная и доступная досуговая индустрия, разнообразие туристских ресурсов будут способствовать разработке молодежных программ.

Сложившаяся политическая и экономическая ситуация в мире является позитивной для развития внутреннего и въездного туризма. Это ведет к двум важным следствиям: 1) ослабление рубля привело к снижению стоимости туров в Россию для иностранных туристов; 2) запрет выездного туризма для некоторых категорий россиян, выбиравших ранее зарубежные курорты, принуждает их выбирать внутренние курорты, особенно Черноморского побережья. Посетившие в 2014 г. Краснодарский край туристы принесли в бюджет края 5,6 млрд р., что больше уровня 2013 г. на 18,1%, объём услуг курортно-ту-

ристского комплекса по сравнению с 2013 г. увеличился на 18,3% (в сопоставимых ценах) до 34,9 млрд р.

В масштабах России эти изменения выглядят следующим образом: в 2013 г. количество туристов, путешествующих по России, было на уровне 32 млн человек; в 2014 г. — 41,5 млн чел., что было отмечено выше. В Ростуризме отмечают рост на 25% числа туроператоров, которые занимаются внутренним туризмом. На 1 февраля 2014 г. таких фирм было 2957, на соответствующий период 2015 г. — 3710. Это происходит за счет того, что туроператоры, понимая большой потенциал внутреннего туризма, переориентируют свою деятельность [8].

Еще одним фактором, способствующим наращиванию туристского потока в регион, является то, что в преддверии подготовки к Олимпиаде 2014 г. был введен в строй и реконструирован значительный объем номерного фонда г. Сочи. Емкость средств размещения увеличилась фактически в два раза. Тем не менее, приток туристов может привести к нехватке номерного фонда в пиковые месяцы — июль и август.

Таким образом, по предварительным подсчетам, в 2015 г. выездной туристский поток из России значительно сократится, вплоть до 50%. При этом по некоторым направлениям возможно падение до 80%. Это приведет к тому, что за рубеж отправятся на 7—8 млн граждан меньше, чем в 2014 г. Значительное их количество может быть переориентировано на курорты Краснодарского края. Так, в начале 2015 г. вице-президент группы компаний «Пегас Туристик» анонсировал, что к началу курортного сезона компания выйдет на туристский рынок Краснодарского края. «Пегас Туристик» готов привлечь в Сочи большое количество туристов — до 100 тыс. чел. С этой целью в компании уже разрабатывают единый туристический продукт, который будет включать в себя

все необходимые услуги: авиаперелет, проживание и трансфер. Таким образом, клиентам компании будет предложена альтернатива выездному туризму.

Эта тенденция, по оценкам специалистов, продлится еще 1—2 года, пока уровень зарплат и цен компенсирует падение в кризис. За это время туристская индустрия в России, получая дополнительный доход, должна совершить рывок для того, чтобы после восстановления докризисного состояния иметь возможность предложить разнообразный инновационный турпродукт, способный заинтересовать значительную часть потенциальных туристов.

Перспектива привлечения иностранных туристов на пляжный отдых в Краснодарский край на сегодняшний день выглядит слишком сомнительно. Этому препятствуют территориальная удаленность туристских центров от мест постоянного проживания туристов; визовые трудности; низкий уровень сервиса; короткий пляжный сезон. Привлекая иностранных туристов, Россия и, в частности, Краснодарский край должны делать акцент не на строительстве комфортабельных гостиничных комплексов и развитой инфраструктур (как отметил министр курортов и туризма края — «этим мы их не удивим»), а на типичных для нашего региона видах туризма. В этом вопросе большие перспективы у этнотуризма, который позволит раскрыть самобытность и культуру нашего края.

В заключение следует отметить, что систематический мониторинг организационно-качественных параметров краевого рынка туризма хотя бы по минимальным исследовательским направлениям, обозначенным автором выше, позволит на постоянной основе совершенствовать процесс стратегического и тактического управления совокупностью турпродуктов, что обеспечит их конкурентоспособность на отечественном и международном рынках.

Примечания:

1. Антошкина В.В., Максимов Д.В., Фоменко Е.В. Альтернативные методики определения численности туристского потока // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3-2 (56-2). С. 943-948.
2. Ярославская область // Федеральное агентство по туризму: официальный сайт. URL: <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedok=109&freg=223>.
3. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л., Антошкина В.В. Диверсификационные возможности современного турпродукта. Краснодар: Изд-во КСЭИ, 2014. 177 с.

4. UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>.
5. Business Travel & Tourism Spending. WTTC. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/>
6. Здоров А.Б. Комплексное развитие туризма в сельской местности // Экономический портал. URL: <http://institutiones.com/general/1420-razvitie-turizma.html>.
7. Выездной турпоток из России в 8 раз превышает въездной. URL: <http://www.atorus.ru/articles/all/article/2434.html>.
8. Сафонов О. Российская туристическая индустрия сейчас переживает переломный момент. URL: <http://www.russiatourism.ru>.

References:

1. Antoshkina V.V., Maksimov D.V., Fomenko E.V. Alternative methods of determining the number of the tourist flow // Economics and entrepreneurship. 2015. No.3-2 (56-2). Pp. 943-948.
2. Yaroslavl region // Federal Agency for Tourism official website URL: <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedok=109&freg=223>.
3. Fomenko E. V., Oganessian L. L., Antoshkina V.V. Diversification opportunities of modern tourist products. Krasnodar; 2014. 177 pp.
4. UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>.
5. Business Travel & Tourism Spending. WTTC. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> (дата обращения: 17.10.2015).
6. Zdorov B.A. Integrated development of tourism in rural areas // Economic portal. URL: <http://institutiones.com/general/1420-razvitie-turizma.html>
7. Outgoing tourist flow from Russia is 8 times greater than the inbound. URL: <http://www.atorus.ru/articles/all/article/2434.html>.
8. Safonov O. The Russian tourism industry is now at a crossroads. URL: <http://www.russiatourism.ru>.