

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ ИНДУСТРИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ТУРФИРМ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

*Малай И.Н.,
г. Белгород, БелГУ*

Туризм — одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Будучи экспортоориентированной сферой, туризм проявляет большую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках. Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта и составляя 35% общемирового экспорта услуг и около 70% в развивающихся странах. По данным Всемирной туристской организации (ВТО) поток туристов в 2007 г. составил 898 млн. чел. (рост в 6,5% ежегодно за 1950-2007). Туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Так, доход от международного туризма в 2006 г. составил 733 млрд. долл. США (против 372,6 млрд. долл. США в 1995) или по 2 млрд. США ежедневно¹. В 2008 г., несмотря на мировой финансовый кризис, общие международные туристские прибытия выросли на 2% и достигли 922 млн. чел. (на 18 млн. больше, чем в 2007 году). В 2008 году доходы от международного туризма составили 944 млрд. долл. США (642 млрд. евро), что представляет собой 30% от мирового экспорта услуг².

Эта отрасль экономики развивается быстрыми темпами и становится очень важным ее сектором. Он использует примерно 7% мирового капитала, с ним связано каждое 16-е рабочее место, на него приходится 11 % мировых потребительских расходов и он дает 5% всех налоговых поступлений. ВТО прогнозирует рост потока международного туризма в 1,6 млрд. чел. к 2020 г. Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составит около 30%³.

Своевременная и всесторонняя оценка последствий развития международного туризма является очень важным фактором для составления такой экономической и туристской политики, которая позволяла бы извле-

¹ <http://www.unwto.org/index.php>

² http://www.unwto.org/index_r.php

³ <http://www.unwto.org/index.php>

кать максимальную выгоду и предупреждать разрушительное воздействие туризма.

Формирование рыночной экономики в России усиливает интерес к формам и методам туристического обслуживания населения. Развитие данной отрасли ускоренными темпами и возрастание роли конкуренции и степени коммерциализации туристской деятельности привели к пониманию необходимости государственного регулирования туристского бизнеса.

Следовательно, своевременная и всесторонняя оценка последствий развития международного туризма является очень важным фактором для составления такой экономической и туристской политики, которая позволяла бы извлекать максимальную выгоду и предупреждать разрушительное воздействие туризма. Формирование рыночной экономики в России усиливает интерес к формам и методам туристического обслуживания населения.

На региональном уровне — на примере Белгородской области — рассмотрим современные (в основном, докризисные) проблемы и перспективы развития международного туризма в России. Для этого проанализируем особенности развития международного туризма в Белгородской области и на примере туристической компании «Магазин путешествий» раскроем возможные направления совершенствования туристического бизнеса в регионе, попытаемся обозначить пути улучшения и стратегического развития ООО «Магазин путешествий».

В работе использовались документы РФ по туристской деятельности, данные электронных ресурсов, в частности, официальных сайтов Всемирной туристской организации (ВТО)¹, Федерального агентства по туризму РФ², Администрации Белгородской области, материалы Областного управления статистики, Белгородских туристических агентств, монографии, справочники, статьи научных журналов и экономические обзоры.

Как известно, под туризмом согласно действующему российскому законодательству понимаются временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания³.

По прогнозным оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, доходы от туризма в 2007 году в ВВП России с учетом мультипликативного эффекта составили 6,7%. Согласно данным того же источника, число рабочих мест в туризме составило 1% от общей занятости, с учетом смежных отраслей — 5,7%, инвестиции в основной капитал в туристскую

¹ <http://www.unwto.org/index.php>

² <http://russiatourism.ru>

³ <http://www.4delo.ru/inform/news/389016.html>

индустрию Россия составляли на тот период 12,1% от общих инвестиций при годовом росте в 8,2%¹.

По данным Российского Федерального агентства по туризму, за 2000-2007 гг. число российских граждан, выезжавших в страны дальнего зарубежья, увеличилось с 9,81 тыс. чел. до 18,69 тыс. чел., т.е. почти удвоился, о чем свидетельствует приведенный рисунок:

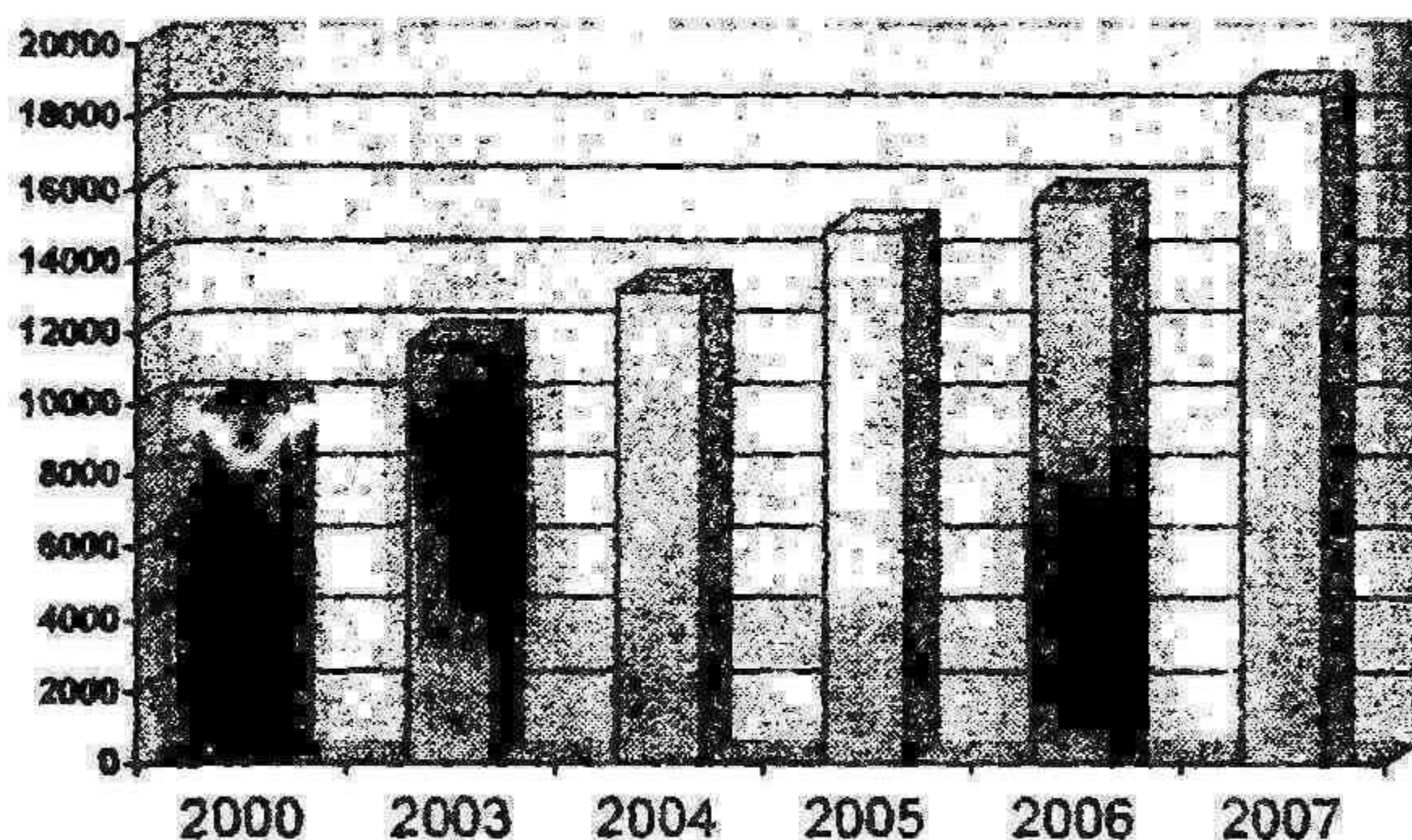


Рис. Выезд российских граждан в страны дальнего зарубежья²
(тысяч поездок)

Правда, эти общие цифры не отразили выезд граждан с собственно туристической целью. Статистика за 2008 год говорит о том, что россияне с целью туризма выезжали за границу довольно активно. По данным Росстата, в 2008 г. выезд прибавил 21% к 2007-му: всего с целью туризма за рубеж съездили 11 313 697 россиян против 9 368 968 в 2007 году³.

Повышение уровня платежеспособного спроса на туристские услуги — одно из ключевых факторов внешней среды, способных обеспечить дальнейший рост туристского оборота. Анализ экономической деятельности туристических фирм, активное использование современных информационных и коммуникационных технологий, низкий коэффициент загрузки средств размещения показывают, что отечественные туристические предприятия имеют достаточный потенциал для увеличения своего оборота. Весьма сдерживающим фактором их роста является ограниченный спрос. Россия входит в число стран, где до настоящего времени отсутствует национальная система статистического учета при помощи так называемых сателлитных счетов, представляющих собой систему показателей, характеризующих динамику и структуру спроса и предложения туристических товаров и услуг. Сателлитные счета позволяют оценить роль туризма в экономике страны с учетом показателей смежных отраслей и та-

¹ <http://www.unwto.org/index.php>

² Составлено по: <http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140465/>

³ <http://t2t.ru/week/kak-krizis-povliyaet-na-vybor-turisticheskikh-napravlenii>

ким образом определить долю сферы туризма в ВВП, занятости, инвестициях, бюджетных доходах. Решение этой задачи позволит получить достоверные данные о совокупном вкладе туризма в отечественную экономику и послужит весомым аргументом для привлечения в эту сферу государственных и частных инвестиций.

В связи с этим на первом этапе реализации принятой Стратегии развития туризма в Российской Федерации (2008) до 2015 г. предусмотрено проведение полного комплекса работ по формированию системы показателей, всесторонне характеризующих развитие сферы туризма, что требует проведения работ по совершенствованию существующих классификаторов экономической и производственной деятельности (ОКВЭД и ОКПД) с целью внедрения в них показателей сферы туризма, определения объемов и параметров туристского потока, проведения экспериментальных расчетов по определению доли туризма в формировании макроэкономических показателей развития регионов России, совершенствования форм существующей статистической отчетности, постоянного мониторинга мирового и внутреннего туристского рынка, содействия субъектам Российской Федерации в вопросах совершенствования отраслевой статистики¹. Другими словами, основные задачи Стратегии: содействие привлечению инвестиций, продвижение туристского продукта, подготовка кадров, совершенствование статистики туризма.

При анализе Стратегии можно выделить актуальные направления туристской индустрии как отрасли экономики РФ в начале XXI века:

- развитие индустрии туризма как отрасли экономики;
- дальнейшая разработка и совершенствование нормативно — правовых актов туристической отрасли;
- работа по координации деятельности в сфере туризма органов исполнительной власти, предприятий туристической индустрии и общественных организаций;
- развитие международных и межрегиональных связей;
- разработка нового туристского продукта;
- рекламно-информационная и выставочная деятельность².

Белгородская область занимает особое место на туристском рынке России. Она обладает уникальными туристско-рекреационными возможностями. Значительный историко-культурный потенциал и богатое культурное наследие открывают возможности для туристско-экскурсионной деятельности, познавательного и экологического туризма. «Белгородчина может стать одним из наиболее перспективных регионов развития туризма в России по многим показателям», — заметил заместитель начальника департамента образования, культуры и молодежной политики области, начальник управления по делам молодежи Павел Беспаленко³.

¹ Подробнее см.: <http://russiatourism.ru/files/STRATEGIA.doc>

² Там же.

³ <http://www.belregion.ru/news/594.html>

На сегодняшний момент концепция развития въездного и внутреннего туризма в Белгородской области представляет собой систему взглядов на туризм как отрасль экономики и эффективный механизм внедрения современной модели социально-экономического развития области, конечной целью которого является повышение благосостояния местного населения. В области до 2012 года планируется создать современную развитую инфраструктуру и материальную базу оздоровительного отдыха и въездного туризма. Губернатор области рекомендовал обязать туристические фирмы разработать окупаемые туристические маршруты по Белгородской области и перечислил ряд практически никому неизвестных достопримечательностей нашего региона, которые могут заинтересовать любого туриста: Валуйский подземный монастырь, месторождение редких солей, кратерную поляну¹.

На развитие въездного туризма в Белгородской области оказывают влияние множество факторов. Это — наличие объектов посещения, т.е. наличие заповедных мест в области, достопримечательностей и памятных мест боевой славы. Также огромное влияние оказывает численность и структура населения, общехозяйственная конъюнктура в области или так называемые СТЭП-факторы (социальные, технологические, экономические, экологические и политические).

Таблица

Количественная оценка объектов туризма Белгородской области (нач. 2008 г)²

Объекты экологического туризма	18
Экскурсионного туризма	90
Лечебно-оздоровительного	10
Паломнического	19
Спортивного и приключенческого	15
Бизнес-туризма	9
Музеи	24
Рестораны и кафе	55
Баров и закусочных	12
Стадионы с трибунами на 1500 и более мест	41
Дворцы спорта	7
Лыжные базы	95
Базы отдыха	45
Санатории круглогодичного пребывания	19

Из всех видов туризма наиболее массовым для Белгородской области по числу туристов и по обороту является выездной. География международного туризма отличается широкой представительностью стран.

В 1993 году в Белгородской области было только 3 туристские фирмы. К 2005 году чисто туристских фирм, функционирующих в Белгородской области достигло 44, а в 2006 — 57, 93% из которых занимались ту-

¹ <http://www.belregion.ru/news/594.html>

² Там же.

рагентской деятельностью, остальные — туроператорской¹.

Объем реализации услуг населению туристскими организациями области в 2006 году составил 147949,8 тыс. рублей, что в сопоставимых ценах на 81,8% больше, чем в 2005 году. Объем услуг в расчете на одну турфирму составил 2595,6 тыс. рублей, в расчете на одного работника — 711,3 тыс. рублей. В структуре общего объема реализации услуг населению туристские услуги составляли 0,8% (Воронежская — 0,2%, Курская — 0,8%, Липецкая области — 1,0%)².

В 2006 году турфирмами было продано 8977 путевок (туров), в том числе непосредственно населению — 8210 на общую сумму 208, 7 млн. рублей, в 2005 году эти показатели соответственно составили 4889, 4812 и 155,6 млн. рублей. На туры по России, проданные соотечественникам, приходится 18,2% общей стоимости реализованных путевок, на туры по зарубежным странам, проданные гражданам России — 81,8% (2005 г. — 19,4% и 80,6%). В январе-сентябре 2007 г. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года возросла реализация всех видов платных услуг населению области в сопоставимых ценах, в том числе: туристских — в 1,7 раза³.

Наиболее дорогостоящими из всех наблюдаемых путевок являлись недельные туры по Германии, Испании и Франции, средние цены на которые составляли в ценах 2007-2008 гг. от 16827 до 22787 рублей в расчете на одного человека. Более доступны по стоимости путешествия на отдых в Турцию (на 8 дней и 7 ночей); экскурсионные поездки в Финляндию (на 4 дня и 3 ночи), а также недельные автобусные маршруты по городам Европы, средняя цена которых варьируется в пределах от 7494 до 8414 рублей (цены 2007 г.)⁴.

В 2006 году положение самого популярного центра туризма у жителей области занимала Турция, где побывало 3388 человек или каждый третий из числа выехавших за рубеж туристов-белгородцев. Уже несколько лет подряд курорты Турции — Анталийское побережье Средиземного моря и Эгейское море — остаются одними из важных направлений летнего отдыха белгородских туристов, в определенной степени заменившие значительному числу белгородцев Черноморское побережье⁵.

В пятерку стран, куда наиболее часто выезжают туристы-белгородцы, помимо Турции, входят следующие туристские регионы: страны СНГ, Египет, Чехия, Испания. Заметна концентрации туристского потока на наиболее «фаскрученных» в России туристских направлениях — Турция, Египет, Чехия, Испания, Италия, Таиланд, ОАЭ, Кипр, Франция — эти страны «поглощают» шесть из десяти выезжающих из региона в

¹ <http://referatx.ru/open/35578.html>

² Источник [Росстат]: <http://bi.gks.ru:8080/DDB/showcharts>;
<http://www.russiatourism.ru/news>

³ <http://mirbelogorya.ru/mysection.item.53/2007.html>

⁴ <http://bi.gks.ru>; <http://www.votpusk.ru/news.asp?msg=137138>

⁵ <http://bi.gks.ru>

страны дальнего зарубежья туристов. Менее посещаемыми в 2006–2007 гг. оказались Великобритания, Германия, Польша, Китай, Израиль.

Таким образом, анализ состояния туристского рынка позволяет утверждать об устойчивой тенденции динамичного развития индустрии туризма Белгородской области.

В качестве примера совершенствования туристического бизнеса региона приведем деятельность туристической компании «Магазин путешествий» (основана в 1998 г.). Наибольший удельный вес в структуре потребителей туристских услуг ООО «Магазин путешествий» занимают: предприятия различных организационно-правовых форм (22%); ряд иностранных покупателей (10%); частные лица (68%).

Важнейшей составляющей непосредственной внешней среды ООО «Магазин путешествий» являются конкуренты, участвующие в непрекращающемся соперничестве за предпочтения потребителей. Знать своих конкурентов, — значит, не жалея времени и сил, скрупулезно изучать их. Это необходимо для того, что именно конкуренты задают те критерии, которые фирме предстоит достичь или превзойти. Основными конкурентами на Белгородском рынке туристских услуг ООО «Магазин путешествий» являются: ООО «Интурист»; ООО «Гранд Тур»; ООО «Турфирма Ильиной»; ООО «Олимп»; ООО «Тройка и К».

Следует заметить, что ООО «Магазин путешествий» занимает долю рынка туристских услуг в Белгородской области, равную 8%. Данный показатель постоянно увеличивается, что является заслугой грамотного руководства турфирмы и качества предоставляемой услуги.

Среди факторов, влияющих на покупку услуг ООО «Магазин путешествий» выделяют следующие: цена услуги; виды услуг; реклама услуги; место нахождения турфирмы; предоставление комплексных услуг. Несмотря на то, что цены на услуги ООО «Магазин путешествий» не относятся к самым низким, организация имеет большой рынок сбыта продукции в Белгородской области, увеличивая свою долю рынка, что достигнуто благодаря неценовым методам конкуренции, применяемым турфирмой в борьбе за потребителя, в числе которых: высокое качество услуг; широкий выбор услуг; быстрота оформления документов; приемлемые цены на продукцию.

Общий технико-экономический анализ ООО «Магазин путешествий» показывает, что турфирма имеет абсолютную финансовую устойчивость. Организация платежеспособна и способна быстро и в сроки погасить свои обязательства.

Исходя из общих задач развития туризма в России, обозначенных в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 г.»¹, таких как содействие привлечению инвестиций, продвижение туристского продукта, подготовка кадров, совершенствование статистики туризма, можно предложить/порекомендовать основные пути совершенствования

¹ <http://russiatourism.ru/files/STRATEGIA.doc>

и стратегического развития одного из туристских предприятий Белгородской области — ООО «Магазин путешествий»:

- регулярный мониторинг экскурсионной деятельности агентства (основные маршруты, их наполняемость, сезонная динамика) и туристской работы в целом;

- целесообразна и постоянная рейтинговая оценка основных направлений туристского потока (сервис, стоимость, познавательные характеристики маршрутов/туров), мониторинг мирового и внутреннего туристского рынка (например, объектов туристской инфраструктуры);

- необходимо дальнейшее расширение номенклатуры и объема платных услуг, оказываемых населению в совокупности с мониторингом потребностей клиентов;

- более активное участие ООО «Магазин путешествий» в разработке методики расчета доли туризма в формировании макроэкономических показателей развития Белгородского региона;

- для реального использования продвижения как надежного инструмента достижения успеха на рынке, руководителям и специалистам туристского предприятия «Магазин путешествий» необходимо разработать новые методики организации и продвижения своего турпродукта.

- Для расширения рынка сбыта продукции и продвижения торговли ООО «Магазин путешествий» целесообразно активизировать и наполнить новым содержанием такие мероприятия, как реклама и имидж фирмы. Если в печатной рекламе «Магазин путешествий» преуспел, то в электронных СМИ он еще новичок. Неожиданно было узнать, что эта фирма не имеет своего сайта в Интернете. Рекомендация по его созданию была высказана руководству фирмы.

Одним из эффективных направлений совершенствования деятельности ООО «Магазин путешествий» также является повышение организационно-технологического уровня управления этого предприятия сферы туризма.

Рост объемов информации и документации, вызванный объективными и субъективными причинами, проявляющийся и в сфере туризма, выдвигает на передний план потребность в постоянном мониторинге, контроле и управлении информационными ресурсами фирмы.

Напрашивается необходимость разработки и постепенного внедрения алгоритма управления всей этой достаточно громоздкой системы для оперативного и еще более качественного обслуживания клиентов, исключения форс-мажорных обстоятельств.

С учетом кризисной ситуации в стране и мире, можно посоветовать кампании больше внимания уделить внутреннему туризму. В пользу этого положения говорят и цифры, приведенные Руководителем Федерального агентства по туризму А. Ярочкиным (декабрь 2009): внутренний турпоток в 2009 году, по экспертной оценке, составит 34,5 млн. человек, что по сравнению с прошлым годом больше на 1,4 млн. человек (увеличение на 4,2%)¹.

¹ <http://russiatourism.ru/news/-33555369/>

Работа во всех этих направлениях, на наш взгляд, будет способствовать дальнейшему наращиванию экономических показателей ООО, увеличению объемов оказываемых услуг со стороны турфирмы, а также росту поступлений налогов и сборов в региональный бюджет, стимулированию инвестиционной активности в сфере туризма.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Невдаха И.А.,
г. Белгород, БУПК*

На современном этапе развития экономики России, проблемы уровня жизни населения и факторы, определяющие его динамику, являются ключевыми и стратегическими. От их решения во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований не только в стране в целом, но и в регионах в частности. Решение этих проблем требует определенной политики, центральным моментом которой был бы человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Именно поэтому все преобразования, которые, так или иначе, могут повлечь изменения уровня жизни, вызывают большой интерес у самых разнообразных слоев населения.

Исследованию проблем качества жизни посвящают свои труды многие отечественные и зарубежные ученые не только экономических специальностей, но и других областей науки, таких как: философии, экономической географии, социологии, экологии, медицины, углубляя тем самым представления науки об этом явлении в разнообразных его аспектах.

В теории понятие качество жизни можно рассматривать как совокупность показателей общего благосостояния людей, характеризующих уровень материального потребления (уровень жизни), а также потребление непосредственно не оплаченных благ. Это не просто комплексная оценка, а комплексная характеристика жизни людей, имеющая объективное содержание.

Категория качества становится символом прогресса и выживаемости цивилизации. При этом происходит преодоление традиционных представлений о качестве товара, качестве труда, качестве работы и качестве продукции, широко используемых в системах управления качеством. Появляются понятия качества человека, качества жизни, качества общественного интеллекта, качества управления, качества систем «человек-техника», качества информации.

Не смотря на то, что сегодня в России катастрофически низкие уровни доходов и средней продолжительности жизни россиян, государство от безденежья вынуждено сворачивать объемы социальной помощи пенсионерам и детям и т. д., в Белгородской области же сохраняется значительная дифференциация среднемесячной заработной платы в различных видах