

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА – РЕЗЕРВ РОСТА ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Вологодская область располагает огромным потенциалом для развития туристских продуктов. Их предложение охватывает природные, культурно-познавательные ресурсы, многообразные виды рекреационного характера. В области имеется значительный опыт работы на туристском рынке, начато производство новых туристских продуктов (проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» и др.). Выполнены проектные проработки по целому ряду перспективных объектов туризма, обладающих высокой доходностью и прибыльностью.

Однако имеющиеся в регионе возможности используются пока далеко не в полной мере. Удельный вес туристских товаров и услуг, произведенных и потребляемых в области в 2002 г., составил менее 0,5% объема регионального валового продукта.

Потенциал туристского сектора

С целью изучения проблем развития туризма и рекреации в регионе Вологодским научно-координационным центром ЦЭМИ РАН в 2001 и в 2003 годах были проведены социологические обследования населения региона. Объектом обследований стала выборочная совокупность его жителей в возрасте старше 16 лет. Общий объем выборки составил 1500 человек.

Подавляющее большинство опрошенных (87,8%) считают, что Вологодская область привлекательна для развития туризма, при-

чем 91,2% респондентов положительно относятся к возможности формирования на территории региона современного рекреационно-туристского комплекса. Обследование также показало, что почти 90% опрошенных желали бы проводить отпуск вне дома.

Согласно итоговым данным проведенного исследования, из всех достопримечательностей региона предпочтение отдается посещению древних монастырей (Кирилло-Белозерский в г. Кириллово, Спасо-Каменный на оз. Кубенском, Спасо-Прилуцкий в г. Вологде) и храмов в старинных русских городах с многовековой историей (Великий Устюг, Белозерск, Тотьма) [табл. 1].

Среди других факторов туристской привлекательности Вологодчины респондентами были также названы ознакомление с изделиями народных промыслов (36,4%); природные ландшафты, богатство флоры и фауны (30,8%); экологическая безопасность территорий (23%).

Что же касается перспективных направлений туристской деятельности в Вологодской области, то ими названы:

- организация отдыха на реках и озерах, создание для этих целей специальных палаточных городков и кемпингов (43%);

- разработка туристских маршрутов с посещением мероприятий событийного характера (фестивалей, ярмарок, городских праздников и т.д.) – 27%;

- развитие деревенского туризма (22,4%).



Анчукова Наталья Владимировна – м.н.с. ВНКЦ ЦЭМИ РАН.



Москвина Ольга Серапионовна – н.с., рук. группы ВНКЦ ЦЭМИ РАН.

* Материалы подготовлены на базе исследования «Оценка влияния развития туризма на социально-экономическое положение региона: методология, мониторинг, прогнозирование», проводимого в рамках гранта РГНФ – 03-02-00217а.

Таблица 1

Рейтинг достопримечательностей региона
(по данным социологического опроса, проведенного среди жителей Вологодской области)

Достопримечательности	Местонахождение	% от числа опрошенных*
Кирилло-Белозерский монастырь	г. Кириллов	46,5
«Родина Деда Мороза»	г. Великий Устюг	44,2
Спасо-Каменный монастырь	оз. Кубенское	35,9
Спасо-Прилуцкий монастырь	г. Вологда	31,3
Музей фресок Дионисия	с. Ферапонтово, Кирилловский район	29,4
Вологодский кремль	г. Вологда	27,6
Архитектурный ансамбль г. Тотьмы	г. Тотьма	17,2

* Респонденты могли отметить в анкете несколько достопримечательностей.

Собранные в ходе обследования данные позволяют сделать вывод о несомненной привлекательности Вологодской области для внутреннего и въездного туризма. Тем не менее, наряду с положительной оценкой населением туристских возможностей Вологодской области, респондентами были названы основные недостатки сферы приема и развлечения туристов.

Проведенное социологическое исследование выявило также самые острые проблемы, присущие инфраструктуре рекреации и туризма в регионе. Недовольны уровнем сервисного обслуживания во время путешествия по области оказались 64% респондентов, причем 73% опрошенных считают цены на такие поездки слишком высокими.

Выявлено, что важнейшим фактором при ориентации на определенный сегмент туристского рынка является материальное благосостояние человека: оно сказывается на его потребностях, предпочтениях и покупательском выборе. Экономическое положение (уровень дохода, стабильность, наличие сбережений) в значительной степени определяет его потребление и, следовательно, поведение на рынке.

Сгруппировав совокупность опрошенных по доходным группам, мы выявили, что путешествие по Вологодской области хотят совершить респонденты, которые имеют доходы в пределах двух-трех прожиточных минимумов и доля которых превышает 80% общего количества потенциальных туристов (табл. 2).

Таблица 2

Группировка респондентов по уровню дохода

Группы	Доля респондентов, в %
1 группа (7,4%) – доход меньше или равен прожиточному минимуму	7,4
2 группа (43,4%) – доход равен двум прожиточным минимумам	43,4
3 группа (39,9%) – доход от двух до трех прожиточных минимумов	39,9
4 группа – доход более трех минимумов	9,3

Те респонденты, чей доход превышает трехкратный уровень прожиточного минимума, предпочитают проводить свой отдых в туристских поездках за пределами области и за рубежом. Первой же группе, с доходами ниже прожиточного уровня, туристские поездки малодоступны.

Что касается расходов на туризм и отдых в бюджете среднестатистической вологодской семьи, то мнения респондентов распределились следующим образом: на первое

место затраты на туризм поставили 4,1% респондентов, на последнее, десятое, – 24,3%. Таким образом, в иерархии потребностей населения области туризм и отдых занимает в среднем шестую позицию.

При совершении внутриобластных поездок, как показало наше исследование, жители области готовы потратить примерно 1232 руб. в сутки в расчете на одного человека. Это позволяет сделать вывод об ориентации внутреннего спроса на недорогие туры.

Доходами населения определяется также возможность приобретения сувенирной продукции. Так, на память о месте отдыха большинство потенциальных туристов (53%) хотели бы приобрести различную сувенирную продукцию (из этого следует, что в туристских центрах должно иметься достаточное количество специализированных магазинов); 24,5% респондентов – книги и материалы по истории края; 18,4% – буклеты и открытки; 14% – ювелирные украшения местного производства; 9,3% – туристские схемы и карты; 4,9% респондентов – оригинальные пищевые продукты местного производства.

Таким образом, можно заключить, что Вологодская область имеет мощный ресурс для поступательного развития туризма, реализации различных мотивационных потребностей туристов. Существенные недостатки в этом ресурсе носят вполне преодолимый характер при целеустремленной реализации стратегии развития туризма в регионе.

Основные направления развития

В ходе исследования определены основные перспективные направления развития туристской деятельности на территории области с учетом характеристики ресурсной базы и видовой структуры туризма. Эти направления таковы:

1. Развитие туризма по сложившимся направлениям туристической деятельности (культурно-познавательный, паломнический, лечебно-оздоровительный):

- сохранение и рациональное использование историко-культурных объектов;
- поддержка развития народно-художественных промыслов области;
- организация новых туристских маршрутов;
- развитие транспортной инфраструктуры;
- привлечение квалифицированного медицинского персонала.

2. Развитие туризма за счет новой туристской продукции:

- реконструкция старых и создание новых баз размещения туристов;
- организация коммерческих видов охоты и рыбалки;

- совершенствование существующих и проработка новых туристских маршрутов (в т.ч. со спортивных уклоном – походы пешие, на байдарках, конные и т.д.);

- организация туров, приуроченных к проведению народных праздников (фольклорных фестивалей, гуляний, дней города и др.);

- разработка новых туристских маршрутов, связанных с проведением спортивных мероприятий (лыжных соревнований, авто- и мотогонок и др.);

- развитие делового сотрудничества;

- развитие научного обмена; модернизация существующего и становление нового гостиничного фонда;

- привлечение местных жителей к участию в развитии деревенского туризма (предоставление средств размещения и обеспечение условий их проживания).

Эффективность развития туризма

В настоящее время проблема оценки эффективности (эффекта) от функционирования туристского сектора экономики является малоизученной. Авторы настоящей работы полагают, что в этих условиях для такой оценки возможно применение методологии и методов, используемых в теории комплексного экономического анализа (в разделах перспективного, текущего и оперативного анализа).

Проведенное исследование показало, что предоставляемая в настоящее время органами государственной статистики система показателей позволяет оценить эффективность в туристской сфере экономики региона только с использованием метода анализа основных расходных статей туристов.

Расчетные прямые затраты в день одного туриста, прибывшего в Вологодскую область, составили в 2002 г. 929,8 руб. Безусловно, они являются лишь нижним уровнем туристских расходов, поскольку здесь не учитываются отдельные виды услуг, которые могут быть обусловлены непосредственно целью поездки (например, лечебно-оздоровительные, образовательные расходы и др.).

С учетом того, что в 2002 г. в области по всем направлениям и формам туристской деятельности было обслужено 424,8 тыс.

туристов (подтверждено управлением по туризму и курортам администрации области), уровень доходов от этого сектора экономики составил в исследуемом году:

$$929,8 \text{ руб.} \times 424,8 \text{ тыс. чел.} = 395 \text{ млн руб.}$$

Корректировка расчетов с учетом расходов туристов и рекреантов в санаториях и лечебно-оздоровительных учреждениях показывает, что уровень доходов от туристской сферы достиг в 2002 г. 520 млн руб. Однако и эта сумма, как уже отмечалось, составляет менее 0,5% валового регионального продукта.

Что касается прогнозной оценки эффекта от туристской деятельности, то в ее основу может быть положено большое количество факторов. Причем главным из них является расчет числа потенциальных рекреантов, базирующийся на оценке системы коэффициентов, которые характеризуют основные факторы, оказывающие наибольшее влияние на развитие туризма и формирующие направленность туристских потоков территории. В современной практике обычно оценивают-

ся три блока таких факторов: 1) демографические и социальные изменения, 2) экономические и финансовые изменения, 3) ресурсные возможности и перспективы развития туристской деятельности на исследуемой территории.

Для вычисления численности потенциальных рекреантов с учетом выделенных факторов использована формула:

$$C_{np} = C_0 \cdot K_1 \cdot K_2 \cdot K_3 \cdot K_4 \cdot K_5 \cdot K_6,$$

где C_{np} – численность рекреантов в прогнозном периоде;

C_0 – численность рекреантов в базовом периоде.

По данным Госкомитета РФ по статистике, Областного комитета государственной статистики и согласно экспертному опросу специалистов рекреационно-туристской отрасли, коэффициенты $K_1 - K_6$ для Вологодской области за последние пять лет составили:

$$K_1 = 0,9; K_2 = 1,2; K_3 = 0,8; K_4 = 1,3; K_5 = 1,2; K_6 = 1,2 \text{ (табл. 3).}$$

Таблица 3

Характеристика системы коэффициентов, применяемых для оценки числа потенциальных рекреантов

Коэффициент	Характеристика коэффициента	Формула расчета	Условные обозначения
K_1	- коэффициент, характеризующий изменение численности населения на территории потенциальных рекреантов	$K_1 = \sqrt{T_1 \cdot T_2 \cdot \dots \cdot T_n}$	T_1, T_2, \dots, T_n – темпы изменения численности за n лет, число n зависит от стабильности развития региона
K_2	- коэффициент, характеризующий изменение доли городского и сельского населения	$K_2 = \frac{D_g}{D_c}$	D_g и D_c – соответственно доля городского и сельского населения
K_3	- коэффициент, характеризующий рост доходов потенциальных рекреантов	$K_3 = \sqrt{D_1 \cdot D_2 \cdot \dots \cdot D_n}$	D_1, D_2, \dots, D_n – темпы изменения уровня доходов населения
K_4	- коэффициент, учитывающий возможную выгоду от посещения туристского региона с целью покупки	$K_4 = \frac{l(t)}{l(h)}$	$l(t)$ – уровень цен в регионе потенциальных рекреантов; $l(h)$ – уровень цен в принимающем регионе
K_5	- коэффициент, характеризующий условия рекреационной деятельности, представляющие собой оценку состояния среды (социальной, экономической, политической, природной и др.), а также требований, предъявляемых к ней со стороны субъекта рекреации	метод экспертной оценки	Коэффициент определялся, исходя из функциональной структуры рекреационных зон и районов СНГ, согласно которой наш регион относится ко II зоне – с оздоровительно-экскурсионной специализацией, средним уровнем развитости
K_6	- коэффициент, характеризующий возможности для повышения интереса к туристскому региону и учитывающий открытие новых рекреационных объектов, моду на посещение данной территории и др.	метод экспертной оценки	При определении коэффициента учитывалось наличие в регионе туристских территорий, находящихся, согласно концепции жизненного цикла туристского центра, на стадии развития (например, Кирилловский район) и на стадии вовлечения (например, г. В. Устюг)

Если для исчисления C_{np} взять численность рекреантов базового периода C_0 (2002 г.), определенную областным управлением по туризму в 424,8 тыс. чел., то потен-

циальная численность туристов в области может составлять:

$$424,8 \text{ тыс. чел.} \times 0,98 \times 1,2 \times 0,8 \times 1,3 \times 1,2 \times 1,2 = 748,1 \text{ тыс.чел.}$$

Выручка от туристской деятельности соответственно возрастет в 1,7 раза и составит:

$$395 \text{ млн руб.} \times 1,7 = 671,5 \text{ млн руб.}$$

При этом доля туризма в объеме валового регионального продукта достигнет примерно 1–1,5%.

Что же касается более долгосрочной перспективы, то многое здесь будет зависеть от активизации инвестиционных процессов и других мер, направленных на формирование инфраструктуры туризма, повышение качества туристской деятельности в регионе.

Управление и мониторинг туристской деятельности

Важнейшим условием развития туризма в регионе является совершенствование управления туристской деятельностью, и прежде всего рационализация ее государственного регулирования. Круг проблем здесь весьма широк и требует специального исследования. Но все же самые существенные аспекты решения этой проблемы на уровне органов региональной власти и управления перечислим:

- создание нормативно-правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии;
- содействие в продвижении туристских продуктов региона на внутрисоссийском и мировом туристских рынках;
- осуществление бюджетных ассигнований на разработку и реализацию целевых программ развития туризма;
- создание благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;
- совершенствование налоговых и кредитных механизмов в отношении туроператоров и турагентов, занимающихся туристской деятельностью;
- содействие ее кадровому обеспечению;
- развитие научных исследований в сфере туристской индустрии.

Одной из важнейших задач в области повышения уровня управления туризмом является организация мониторинга туристской деятельности в регионе. Получаемая в ходе мониторинга информация способствовала бы взвешенной оценке состояния отрасли, обоснованной разработке предложений по ее развитию, а затем на их основе – осуществ-

лению конкретных мероприятий по изменению ситуации в туристском секторе экономики региона.

Предлагаемая концепция мониторинга базируется на анализе условий формирования, развития и воспроизводства туристского продукта и включает три блока показателей:

- показатели, характеризующие туристский продукт (аспект предложения);
- показатели, характеризующие рынок туристского продукта (аспект спроса);
- показатели, характеризующие влияние туристского продукта на социально-экономическое развитие территории.

Представленные показатели предлагается рассматривать в разрезе трех уровней:

1. На уровне отдельной туристской фирмы.
2. На уровне отдельной территории – муниципального образования.
3. В целом на уровне региона.

При этом отметим, что объекты исследования второго уровня также могут быть дифференцированы в зависимости от стадии жизненного цикла туристского центра на следующие блоки:

- Туристский центр на стадии развития, для которой характерен большой объем туристских прибытий: в пиковый сезон число приезжих становится равным численности постоянных жителей (г. Вологда, г. Череповец, Кирилловский район).
- Туристский центр на стадии вовлечения, для которой характерен рост числа прибытий, что подталкивает местные власти к созданию туристской инфраструктуры (г. Великий Устюг).
- Туристский центр на стадии разведки – для этой стадии характерно небольшое число прибытий: приток туристов ограничен плохой транспортной доступностью мест назначения и отсутствием в них туристской инфраструктуры.

Предлагаемая система мониторинга функционирования туристской отрасли может рассматриваться как главная компонента оценочного исследования прямого и косвенного влияния туристского сектора экономики на социально-экономическое положение области, определения перспектив развития отрасли.