

8.11. ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТУРИСТСКУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА

Орлова Н.В., к.э.н., доцент;
Сизенева Л.А., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

В статье актуализируются факторы, влияющие на туристскую привлекательность региона (на примере Волгоградской области). Под туристской привлекательностью региона понимается совокупность объективных и субъективных характеристик, материальных и нематериальных факторов, влияющих на результаты туристской деятельности и определяющих положение и долю региона на внутреннем туристском рынке. С экономической точки зрения туристская привлекательность территории оценивает степень влияния территориальных внутренних сил (предложения туристских товаров и услуг) на внешние силы (спрос потенциальных потребителей на эти услуги), и наоборот. В качестве критериев оценки туристской привлекательности региона следует выделить состояние ресурсно-инфраструктурного и рекреационного потенциала, эффективность туристской деятельности, влияние социально-институциональных рисков на развитие туристской индустрии региона и возможные пути их минимизации. Оценивая в статье туристскую привлекательность Волгоградского региона были определены и систематизированы основные показатели, на основании которых в итоге были сформированы основные направления повышения туристской привлекательности Волгоградской области. Эти направления отличается систематизацией и комплексным структурированием имеющихся положений и концепций, научных теорий, формированием принципов повышения туристского потенциала региона, что позволяет построить комплексную, стратегию перспективного развития туристской инфраструктуры Волгоградской области, как одного из объектов туристского показа.

Туристическая привлекательность территории формируется при наличии природных, рекреационных и историко-культурных туристских ресурсов. Туристская привлекательность часто непостоянна и может меняться в зависимости от многих факторов, влияющих на привлекательность туристской территории. Именно к ним относится наличие современной материально-технической базы туризма, в частности новейших гостиничных комплексов, специализированных учреждений с соответствующим ассортиментом услуг, которые они производят [1].

В качестве примера рассмотрения основных показателей туристской привлекательности была выбрана Волгоградская область.

Основными показателями, характеризующими состояние рекреационных ресурсов, привлекательных для развития туризма в регионе относят [7]: географическое положение, климат региона, экологическая обстановка.

Волгоградская область – один из крупнейших регионов южного федерального округа России обладающий большим туристским потенциалом. Самым крупным городом данной области является город-герой Волгоград. Несмотря на значительную культурно-историческую значимость данного города, туристские потоки характеризуются как крайне малые и слабо развивающиеся. Туризм в городе играет второстепенную роль, несмотря на то, что Волгоград (Сталинград) известен далеко за пределами

России как историческое место. Структура наиболее привлекательных видов туризма в Волгоградском регионе представлена в табл. 1.

Таблица 1

СТРУКТУРА НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ВИДОВ ТУРИЗМА [6]

Вид туризма	%	
	На территории региона	За пределами региона
Деревенский (отдых в деревне)	25	23
Культурно-познавательный	4,7	23
Охота, рыбалка, собирание грибов, ягод	24	5
Лечебно-оздоровительный	23,6	26
Событийный	12,4	10,7
Экологический	10,3	12,3
Итого	100	100

Итак, наибольший интерес населения региона проявляется к развивающимся видам туризма – деревенскому и охотничьему. Однако, следует подчеркнуть, что культурно-познавательный сектор становится важной составной частью развития туризма за пределами Волгоградской области.

Однако только природные ресурсы не обеспечат региону постоянного притока туристов в сельскую местность. Ведь людям путешествующим, как правило, интересно не только насладиться природой, но и узнать что-то новое, приобщиться к местной истории, культуре, традиционному быту и т.д. В связи с этим на передний план выступает роль культурно-познавательной составляющей регионального турпродукта, в частности этнографического потенциала Волгоградской области. На территории области много храмов и монастырей, это, в частности, Белогорский Каменобродский Свято-Троицкий монастырь, Гусевский Ахтырский женский монастырь, Дубовский Свято-Вознесенский женский монастырь, Покровский собор в станице Тишанская, Свято-Вознесенский Кременский мужской монастырь, Свято-Троицкий храм в станице Филоновская, храм Знамения Божьей Матери, Усть-Медведицкий Спасо-Преображенский монастырь, составляющие самую суть русской души, основу основ существования русского народа и казаков, тех этнических групп, которые преобладают в регионе.

Волгоградская область богата палеонтологическими и природными ресурсами. Так, на территории региона располагается семь охраняемых природных парков, пригодных для развития экологического и спортивного туризма: «Природный парк Волго-Ахтубинская пойма», «Природный парк Донской», «Природный парк Нижнехоперский», «Природный парк Цимлянские пески», «Природный парк Щербаковский», «Природный парк Эльтонский» и «Природный парк Усть-Медведицкий» [12].

Целесообразность вовлечения природных ресурсов этих парков в туристский оборот, при условии их сохранности, а также создание и развитие инфраструктуры социально-культурного сервиса и туризма не вызывает сомнений. Формы вовлече-

ния природных ресурсов в туристский оборот могут быть разными, например, строительство туристских баз, организация зеленых стоянок и кемпингов, образование экологических деревень, организация эколого-краеведческих фестивалей.

Уникальность географического положения, природных условий и исторического наследия Волгоградской области обеспечивают высокий потенциал для формирования на своей территории различных видов туризма. Туристическое пространство и туристский продукт Волгоградской области многообразны. Область располагает уникальными лечебно-оздоровительными и бальнеологическими ресурсами [9].

Область имеет отличные возможности для развития рыболовного и охотничьего видов туризма. Животный и растительный мир природных парков Волгоградской области, характеризующийся большим разнообразием и наличием множества редких видов флоры и фауны может заинтересовать многих любителей экологического, познавательного и научного туризма. Также к научно-познавательному туризму располагает наличие многочисленных культурно-исторических памятников.

На территории Волгоградской области размещается 1164 объекта истории, 923 памятника архитектуры, 9 искусства, 17 исторически населенных мест, более 20 тыс. памятников археологии [13]. Народонаселение Волгоградской области характеризуется большим национальным разнообразием с сохранением некоторого количества национальных поселений, что позволяет развивать этнографический туризм, сохраняя традиции и обычаи края.

В настоящее время на территории Волгоградской области функционирует большое количество средств размещения. Общий среднегодовой коэффициент загрузки объектов размещения составляет около 60%.

Однако большое количество гостиниц, баз отдыха и других средств размещения не соответствуют мировым стандартам по качеству предоставляемых услуг. 20% турбаз, работающих на территории области способны функционировать круглогодично, поэтому въездной туризм с использованием данных средств размещения в Волгоградской области имеет сезонный характер (май-сентябрь) [14].

Таблица 2

ДИНАМИКА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ПЕРИОД 2009-2013 гг. ПО ВНУТРЕННЕМУ ТУРИЗМУ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ [3]

Наименование	2009 г.	2010 г	2012 г	2012 г	2013 г.
Количество турфирм, / из них туроператоров	170/49	177/51	195/54	205/70	201/62
Количество средств размещения, ед.	340	359	342	372	383
Количество турбаз	210	212	214	214	216
Количество туристических маршрутов	92	95	97	102	105

Анализируя динамику развития гостиничных предприятий региона, следует отметить, что на протяжении последних лет наблюдается устойчивая тенденция их роста. Так за последние 5 лет количество средств размещения увеличилось на 12,6%, при этом количество туристских баз возросло на 2,86%, что свидетельствует о положительном развитии туризма в регионе (табл. 2) [8].

Что касается видов средств размещения в общем объеме гостиничных предприятий, то наибольший удельный вес занимают отели разной категории (60%), наименьший – гостевые дома – 4% всех средств размещения (рис. 1).

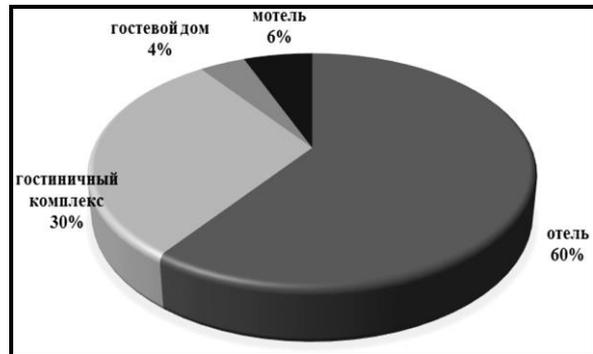


Рис. 1. Структура основных типов средств размещения в Волгоградской области

Помимо развития гостиничной индустрии в регионе особую актуальность приобретают и предприятия питания. В последнее время особую популярность у туристов приобретают мини рестораны и сетевые рестораны, количество которых в регионе неуклонно растет. Рассматривая структуру предприятий общественного питания по территориальному признаку, мы можем констатировать, что 78,3% всех предприятий располагаются в г. Волгограде и только 21,7% – в области. Из них 30% принадлежит ресторанам различного класса обслуживания, 18% – сетевым ресторанам, 48% – кафе, барам, предприятиям быстрого питания, 4% – столовым.

Транспорт. Авиационный транспорт. Международный аэропорт города Волгограда расположен на северо-западе Дзержинского района (посёлок Аэропорт), в микрорайоне Гумрак, в 15 километрах от центра города. Название эксплуатирующей организации – Открытое акционерное общество (ОАО) «Международный аэропорт Волгоград». Он является единственным международным аэропортом в Волгоградской области.

Железнодорожный транспорт. В центре Волгограда функционирует современные железнодорожный хорошо отремонтированный вокзал (станция «Волгоград-1»). Вокзал включает три посадочные платформы на пять отправочных путей и обеспечивает как движение поездов дальнего сообщения, так и пригородных. В сутки вокзал способен обслужить 4500 пассажиров дальнего следования и 60 пассажирских поездов.

Звеном, связующим объекты туристической индустрии и конечных потребителей, являются туристские предприятия.

По состоянию на 1 июля 2014 г. количество туристских предприятий в Волгоградской области составило 201 организаций, из них осуществляющих туроператорскую деятельность – 62 (в Волгограде 148 турфирм, из них 54 туроператора).

Согласно Единому государственному реестру туроператоров, в Волгоградской области зарегистрирована 131 компания, занимающаяся внутренним туризмом (по территории РФ), и только шесть из них занимаются въездным международным туризмом (рис. 2) [12].

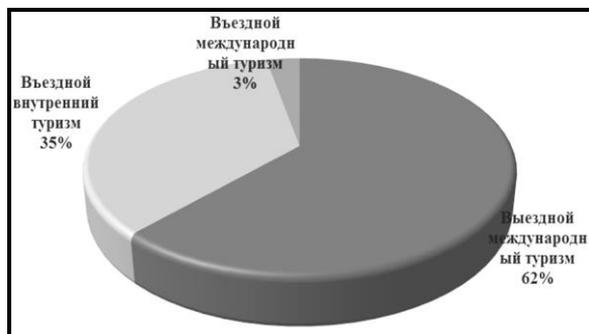


Рис. 2. Виды туризма, представленные на территории Волгограда

На сегодняшний день ведущие позиции на рынке въездного туризма на территорию Волгоградской области занимают следующие компании ВАО «Волгоград-Интурист», «Волгоград-Спутник», «Азимут-Волга», «Круиз», «Туркомпания Волгоград».

Анализируя количество туристов посетивших регион в интервале с 2009-2012гг. наблюдается динамика роста, при этом в 2010 г. прирост был очень незначителен и составил 0,9% по сравнению с 2009 г., а в 2011 г. наблюдается резкий скачок на 49,1% к 2009 г. В 2012 г. темп прироста составил 59,4% к 2009 г. и 10,3% – к 2011 г. (рис. 3).

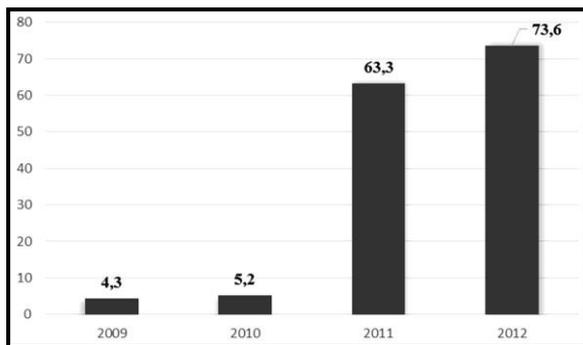


Рис. 3. Динамика показателей общего количества туристов, посетивших регион

Динамика въездного туризма показывает стабильный рост иностранных туристов, посетивших регион, так показатель 2011 г. увеличился на 5,9% по сравнению с 2009 г. и составил 7,3% от общего количества прибывших туристов в регион. В 2012 г. количество иностранных граждан увеличилось на 14,4% к 2009 г. и на 8,5% к 2011 г. составил 15,7% от общего количества туристов. При этом внутренний туристический поток в 2008 г. составил 448 тыс.

чел., в 2009 г. – 456 тыс. чел., в 2010 г. – 460 тыс. чел., в 2011 г. – 680 тыс. чел., в 2012 г. – 727 тыс. чел. [10].

Несмотря на явный интерес иностранных туристов к Волгоградской области, общее увеличение числа туристов происходит за счет внутреннего туризма, т.е. граждан РФ.

Кроме того, для формирования конкурентоспособного туристского рынка усилий по развитию только инфраструктуры недостаточно. Необходима эффективная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках [13].

Развитию туризма и повышению туристской привлекательности на территории Волгоградской области будет способствовать активная рекламно-информационная деятельность, включающая следующие мероприятия:

- ведение, информационное наполнение и обновление региональных туристских порталов в сети Интернет: welcomevolgograd.com и turizm-volgograd.ru,;
- организация рекламных туров по основным достопримечательностям Волгоградской области для туроператоров и представителей средств массовой информации;
- участие представителей Волгоградской области в различных культурно-информационных мероприятиях всероссийского и международного уровня: днях культуры, конгрессах, выставках, ярмарках, фестивалях и т.п.;
- размещение информации об объектах туристской индустрии Волгоградской области на специализированных Интернет-сайтах, в туристических справочниках, в средствах массовой информации.
- распространению информации о туристском потенциале региона в различных видах печатной продукции: путеводителях, журналах, буклетах и т.п.
- использование электронных носителей распространения информации о туристском продукте волгоградского региона (создание и распространение различных аудио- и видеороликов).
- обеспечение безопасности на объектах туристской инфраструктуры и распространение информации об экологической обстановке региона.

Таким образом, Волгоградская область обладает большим потенциалом и высокой привлекательностью для туристов. Большой проблемой развития туризма в регионе является неправильное нерациональное неэффективное управление им на региональном уровне, а именно отсутствие скоординированной деятельности органов власти и недостаточной разработки региональных целевых программ и рекламных компаний.

Литература

1. Гаврилов А.Ю. Инструментарий оценки ресурсного потенциала туризма на региональном уровне [Текст] / А.Ю. Гаврилов // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – №4. – С. 57-63.
2. Демченко С.Г. Проблемы и перспективы развития регионального туризма в России / [Текст] // С.Г. Демченко, И.С. Кабиров. – Казань : Познание, 2011. – 192 с.
3. Державин А. В Волгограде построят гостиницы [Текст] / А. Державин // Аргументы и факты. – 2012. – №29. URL: <http://www.vlg.aif.ru/money/details/69694>.
4. Развитие внутреннего и въездного туризма в Волгоградской области: долгосрочная областная целевая программа на 2013-2017 гг. [Электронный ресурс] : утв. постановлением Правительства Волгоградской области от 23 апр. 2013 г. №188-п. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

5. Караулова Н.М. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью туристского предприятий [Текст] / Н.М. Караулова // Изв. Волгоградского госуд. техн. ун-та. – 2007. – Т. 12; №7. – С. 55-61.
6. Орлова Н.В. Специфические особенности формирования рекреационного потенциала региона [Текст] / Н.В. Орлова // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки: сб. науч. тр. по мат-лам Междунар. науч.-практ. конф. 31 марта 2014 г. : в 13 ч. Ч. 11. – Тамбов : Юком, 2014. – С. 120-122.
7. Орлова Н.В. Тенденции развития туристской индустрии в Волгоградской области [Текст] / Н.В. Орлова, Л.А. Сизенева // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – №3. – С. 438-439.
8. Платонова Н.А. Оценка туристических ресурсов региона как инструмент их систематизации [Текст] / Н.А. Платонова, Н.Н. Зубакова // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – №4. – С. 56-60.
9. Платонова Н.А. Региональная программа развития туризма: методические подходы к разработке [Текст] / Н.А. Платонова // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – №36. – С. 44-53.
10. Сизенева Л.А. Природные парки как часть туристско-рекреационного потенциала Волгоградской области [Текст] / Л.А. Сизенева // Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества: мат-лы 3-й междунар. науч.-практ. конф. – Саратов, 2014. – С. 55-58.
11. Социально-культурный потенциал Волгоградской области [Текст] : стат. обозрение. – Волгоград : Волгоградстат, 2013. – С. 43.
12. Чернявский Ю.В. Формирование территориального туристско-рекреационного комплекса Волгоградской области [Текст] / Ю.В. Чернявский // Вестн. экон. интеграции. – 2011. – №3. – С. 118-124.
13. Федюлин А.А. и др. Современные подходы к определению ресурсного потенциала туризма [Текст] / А.А. Федюлин, А.Ю. Гаврилов, Н.Г. Новикова // Сервис plus. – 2012. – №1. – С. 38-44.
14. Фетисова О.В. Концептуальное обеспечение стратегии развития туристско-рекреационного комплекса региона [Текст] / О.В. Фетисова, Е.С. Матина // Финансы. Экономика. Стратегия. – 2012. – №3. – С. 39-45.

Ключевые слова

Туристская привлекательность; туристский потенциал; рекреационные ресурсы; туристско-рекреационный комплекс; туристский поток; сфера туризма; внутренний туризм; условия; ресурсы.

Орлова Наталья Васильевна

Сизенева Лидия Александровна

РЕЦЕНЗИЯ

Одной из основных задач развития туристской индустрии региона является эффективно разработанная система его позиционирования, как на внутреннем рынке, так и на мировом рынке туристских услуг. В связи с этим интересным и актуальным является изучение туристской привлекательности территории и факторов, влияющих на данные процессы. В статье в качестве объекта исследования выступила Волгоградская область.

Авторы статьи рассматривают сущность туристской привлекательности Волгоградской области, основываясь на анализе современного состояния туристской индустрии региона.

Авторами представлен статистический анализ развития туристской индустрии региона за последние пять лет, на основании которого определены факторы, влияющие на туристскую привлекательность Волгоградской области, а также разработаны направления ее повышения.

Вышеизложенное дает основание считать, что актуальность рассматриваемой темы, уровень изложения и новизна материала определяют научную ценность статьи.

Васильев Е.С., к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента Волгоградского филиала ОУП ВП «Академия труда и социальных отношений»