

8.9. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКОГО РЫНКА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ¹

Косульникова Т.Л., к.с.-х.н., декан
факультета, факультет «Сервис и туризм»,
Волгоградский государственный аграрный
университет, г. Волгоград;

Васильев Е.С., к.э.н., старший преподаватель,
кафедра «Маркетинг», Волгоградский
государственный университет, г. Волгоград

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ

В статье рассматривается динамика общедоступных статистических показателей, характеризующих развитие туристской отрасли Волгоградского региона. Исследованы показатели динамики численности и доходов туристских фирм. Авторы оперируют не только абсолютными показателями, но также используют присвоение рангов, разбивают регионы на группы и анализируют полученные данные за 2012-2016 гг.

В Стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 г. определено комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах Российской Федерации [3, с. 29].

Понимание важности возрастающей роли туризма в социально-экономическом развитии регионов обуславливает необходимость совершенствования статистики туризма, которая в современном информационном обществе является основой подготовки и принятия управленческих решений на всех уровнях: от субъектов туристской деятельности до муниципального, регионального и общегосударственного уровней [1, с. 128].

Представляется, что в настоящее время особой актуальностью отличается проблематика вопросов совершенствования системы статистики туризма на региональном уровне. Это обусловлено, во-первых, потребностью в получении объективной и достоверной информации о состоянии и направлениях развития туристско-рекреационного комплекса территорий. «На уровне туристских администраций статистическая информация важна для оценки исходного состояния туристского рынка, выработки государственной политики в сфере туризма, мониторинга управленческой деятельности и оценки ее эффективности» [7, с. 341].

Среди проблем организации статистического наблюдения и направлений деятельности по улучшению статистики туризма в РФ практически все исследователи выделяют важность создания региональной ведомственной статистики туризма, в рамках которой возможно:

- обеспечить полноту сбора и достоверность информации;
- сформировать систему показателей, всесторонне характеризующих развитие сферы туризма;
- осуществлять мониторинг туристской сферы (ежемесячно);
- проводить специальные региональные обследования.

На данный момент же подобная система сбора региональной статистики туризма отсутствует. Исследователям приходится довольствоваться не достаточно информативными статистическими показателями, которые можно найти в федеральной базе статистических наблюдений и по косвенным признакам делать выводы о состоянии отрасли в интересующем регионе [6, с. 399].

Волгоградская область – один из крупнейших регионов Южного федерального округа РФ, обладающий большим туристским потенциалом в силу своего уникального географического положения, природных условий и исторического наследия. 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. Тем важнее становится необходимость разработки действенных стратегий реализации туристского потенциала региона [5, с. 438].

Рассмотрим динамику общедоступных статистических показателей, характеризующих развитие туристской отрасли Волгоградского региона. Данные показатели располагаются в разделе «Основные показатели деятельности отдельных отраслей экономики», в подразделе «Туризм» [8].

В рамках данного исследования мы приняли решение оперировать не только абсолютными показателями, но также использовать присвоение рангов, разбивать регионы на группы и анализировать полученные данные в динамике за последний доступный в статистических данных период – 2012-2016 гг. Разбиение совокупности регионов по группам проводилось при анализе каждого показателя на основе расчета дисперсии по совокупности данных. Было принято решение производить разбивку регионов на четыре группы: лидеры, догоняющие, отстающие, аутсайдеры.

Перейдем непосредственно к анализу полученных при статистическом наблюдении данных. Начнем с показателя числа туристских фирм в Волгоградской области. С точки зрения вида предпринимательства туристские фирмы делятся на туристские агентства и туристские операторы. Некоторые из предприятий совмещают оба вида деятельности. В статистических данных также происходит разделение туристских организаций на туроператоров, турагентов и отдельно выделены организации, занимающиеся экскурсионной деятельностью. Рассмотрим общие показатели, характеризующие деятельность туристских предприятий всех видов деятельности.

Из представленных данных видно, что за рассматриваемый период количество турфирм в Волгоградской области увеличилось на 28%, однако если рассматривать промежуточные данные, то видно, что сам рост шел лишь в 2013-2015 гг. (17, 20 и 23% соответственно), а в 2016 г. происходит падение на 26%.

¹ Работа выполнена при поддержке гранта Российского фонда фундаментальных исследований №17-12-34032.

Таблица 1

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ТУРИСТСКИХ ФИРМ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

шт.

Наименование	Годы									
	2012	2013	2012/ 2013, %	2014	2013/ 2014, %	2015	2014/ 2015, %	2016	2015/ 2016, %	
РФ	10773	11324	5	11614	3	11893	2	12395	4	
Центральный федеральный округ	2626	2777	6	2741	-1	2897	6	2646	-9	
Северо-Западный федеральный округ	1238	1228	-1	1194	-3	1233	3	1623	32	
Северо-Кавказский федеральный округ	256	270	5	306	13	337	10	341	1	
Приволжский федеральный округ	2446	2574	5	2582	0	2708	5	2565	-5	
Уральский федеральный округ	982	1011	3	1159	15	1230	6	1424	16	
Сибирский федеральный округ	1678	1816	8	1865	3	1733	-7	1665	-4	
Дальневосточный федеральный округ	506	539	7	522	-3	496	-5	552	11	
Крымский федеральный округ	0	0	0	94	0	111	18	0	-100	
Южный федеральный округ	1041	1109	7	1151	4	1148	0	1579	38	
Республика Адыгея	37	39	5	41	5	26	-37	32	23	
Республика Калмыкия	10	12	20	14	17	12	-14	8	-33	
Краснодарский край	395	400	1	408	2	386	-5	518	34	
Астраханская область	123	137	11	153	12	149	-3	125	-16	
Волгоградская область	148	173	17	207	20	255	23	189	-26	
Ростовская область	328	348	6	328	-6	320	-2	268	-16	

По данному показателю Волгоградская область выводится и из общероссийского тренда (спокойный рост 3-5% в год), так и от показателей Южного федерального округа (ЮФО). Количество туристских предприятий в ЮФО за последние пять лет выросло в полтора раза (~52%). И обеспечили этот рост именно Волгоградская область и Краснодарский край (рост за 2012-2016 гг. 31%). Остальные регионы в основном продемонстрировали практически нейтральное изменение данного показателя. Лишь в Ростовской области количество предприятий сократилось на 18% за исследуемый период. Это хорошо иллюстрирует график (рис. 1).

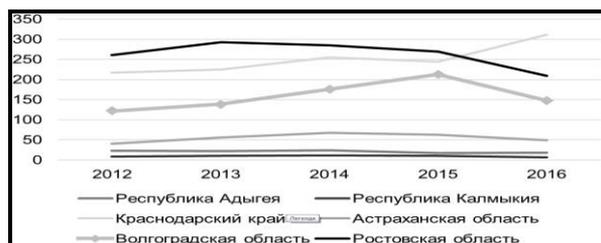


Рис. 1. Динамика количества функционирующих туристских фирм в ЮФО по регионам в период 2012-2016 гг., шт.

Таблица 2

ДИНАМИКА РАНГА РЕГИОНОВ ЮФО ПО КОЛИЧЕСТВУ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ТУРИСТСКИХ ФИРМ В РФ В ПЕРИОД 2012-2016 гг.

Место

Регион ЮФО	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	66	67	69	71	71
Республика Калмыкия	75	75	75	77	78
Краснодарский край	3	4	3	7	4
Астраханская область	34	29	25	26	33
Волгоградская область	23	23	19	15	21
Ростовская область	7	7	10	11	14

Положительные изменения также фиксируются и рангом Волгоградской области среди всех регионов

РФ по данному показателю. Итоговый рост количества турфирм позволил региону подняться на 2 ступеньки выше, достигнув 21-го места из 85. Данная динамика представлена в табл. 2. Далее рассмотрим вхождение Волгоградской области в обозначенные ранее группы (табл. 3). На протяжении всего рассматриваемого периода Волгоградская область стабильно занимает место во 2-й группе регионов, следующих за лидерами по данному показателю. Стоит отметить, что в 2015-2016 гг. регион вплотную подобрался к верхней границе своей группы, что показывает потенциал к росту и возможность перехода в группу регионов-лидеров.

Таблица 3

ВХОЖДЕНИЕ РЕГИОНОВ ЮФО В ГРУППУ ПО КОЛИЧЕСТВУ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ТУРИСТСКИХ ФИРМ В РФ В ПЕРИОД 2012-2016 гг.

2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Адыгея				
Отстающие		Аутсайдеры		
Республика Калмыкия				
Аутсайдеры				
Краснодарский край				
Лидеры				
Астраханская область				
Догоняющие				Отстающие
Волгоградская область				
Догоняющие				
Ростовская область				
Лидеры				

Переходя к рассмотрению составных частей данного показателя, стоит заметить, что традиционно большую часть туристских предприятий составляют турагенты. Из представленных данных видно, что за рассматриваемый период количество турагентов в Волгоградской области увеличилось на 21%, однако если рассматривать промежуточные данные, то видно, что в 2014-2015 гг. их число резко увеличивается (в 2014 г. на 27% и на 21% в 2015 г.), а в 2016 г. резко падает на 31%. Данное падение оказывается характерно для всей РФ. Однако

так как предыдущие два года шел чрезмерно быстрый рост, то и падение оказалось настолько же сильным.

Это хорошо видно на графике (рис. 2).

Таблица 4

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ТУРАГЕНТСКИЕ УСЛУГИ В РФ, ЗА 2012-2016 гг.

шт.

Наименование	Годы								
	2012	2013	2012/ /2013, %	2014	2013/ /2014, %	2015	2014/ /2015, %	2016	2015/ /2016, %
РФ	8265	8936	8	9307	4	9701	4	9300	-4
Центральный федеральный округ	2029	2172	7	2167	0	2321	7	2099	-10
Северо-Западный федеральный округ	787	769	-2	809	5	915	13	990	8
Северо-Кавказский федеральный округ	215	224	4	256	14	271	6	249	-8
Приволжский федеральный округ	2218	2346	6	2311	-1	2428	5	2211	-9
Уральский федеральный округ	767	913	19	1060	16	1142	8	1193	4
Сибирский федеральный округ	1370	1535	12	1584	3	1498	-5	1332	-11
Дальневосточный федеральный округ	206	231	12	260	13	249	-4	315	27
Крымский федеральный округ	0	0	0	40	0	59	48	0	-100
ЮФО	673	746	11	820	10	818	0	911	11
Республика Адыгея	23	22	-4	24	9	17	-29	18	6
Республика Калмыкия	9	11	22	12	9	11	-8	7	-36
Краснодарский край	217	225	4	255	13	244	-4	311	27
Астраханская область	41	56	37	68	21	63	-7	49	-22
Волгоградская область	122	139	14	176	27	213	21	148	-31
Ростовская область	261	293	12	285	-3	270	-5	210	-22

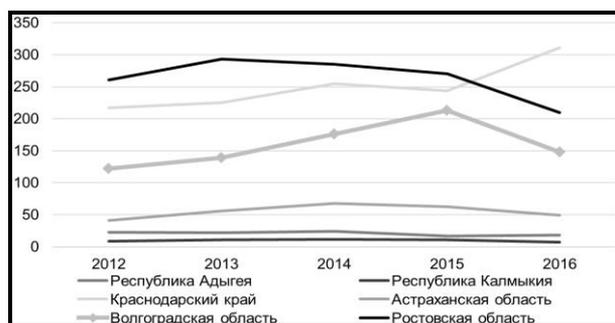


Рис. 2. Динамика количества функционирующих предприятий, оказывающих турагентские услуги в ЮФО по регионам за 2012-2016 гг., шт.

Положительные изменения также фиксируются и рангом Волгоградской области среди всех регионов РФ по данному показателю. Итоговый рост количества турагентов позволил региону подняться на 5 ступенек выше, достигнув 20-го места из 85. Данная динамика представлена в табл. 5.

Вхождение Волгоградской области в группы в целом и вообще всех регионов ЮФО соответствует тенденциям суммирующего показателя. На протяжении всего рассматриваемого периода Волгоградская область находится в группе догоняющих регионов.

Проанализируем динамику показателей туроператоров. Большая часть деятельности предприятий туристского сектора зависит именно от них.

Несмотря на то что относительные показатели показывают невероятную положительную динамику (рост за исследуемый период на 300%), абсолютные все объясняют. На данный момент в Волгоградской области чрезвычайно мало предприятий туроператоров. Несмотря на то, что ЮФО формирует около 19% всех

предприятий туроператоров в РФ, Волгоградская область в этом процессе практически не участвует.

Таблица 5

ДИНАМИКА РАНГА РЕГИОНОВ ЮФО ПО КОЛИЧЕСТВУ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ТУРАГЕНТСКИЕ УСЛУГИ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Место

Регион ЮФО	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	64	67	68	70	71
Республика Калмыкия	71	72	74	73	77
Краснодарский край	13	15	13	14	6
Астраханская область	56	47	43	48	54
Волгоградская область	25	23	19	15	20
Ростовская область	9	6	9	11	13

Таблица 6

ВХОЖДЕНИЕ РЕГИОНОВ ЮФО В ГРУППУ ПО КОЛИЧЕСТВУ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ТУРАГЕНТСКИЕ УСЛУГИ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Адыгея				
Отстающие		Аутсайдеры		
Республика Калмыкия				
Аутсайдеры				
Краснодарский край				
Лидеры				
Астраханская область				
Отстающие				
Волгоградская область				
Догоняющие				
Ростовская область				
Лидеры				

Таблица 7

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ТУРОПЕРАТОРОВ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Шт.

Наименование	Годы								
	2012	2013	2012/ 2013, %	2014	2013/ 2014, %	2015	2014/ 2015, %	2016	2015/ 2016, %
РФ	463	478	3	445	-7	349	-22	549	57
Центральный федеральный округ	122	134	10	116	-13	97	-16	108	11
Северо-Западный федеральный округ	88	84	-5	73	-13	39	-47	132	238
Северо-Кавказский федеральный округ	2	3	50	4	33	6	50	8	33
Приволжский федеральный округ	41	44	7	48	9	27	-44	57	111
Уральский федеральный округ	11	10	-9	7	-30	12	71	19	58
Сибирский федеральный округ	45	48	7	43	-10	31	-28	63	103
Дальневосточный федеральный округ	65	61	-6	58	-5	55	-5	55	0
Крымский федеральный округ	0	0	0	13	0	4	-69	0	-100
ЮФО	89	94	6	83	-12	78	-6	107	37
Республика Адыгея	0	1	0	1	0	0	-100	1	0
Республика Калмыкия	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Краснодарский край	15	20	33	11	-45	11	0	23	109
Астраханская область	64	62	-3	62	0	63	2	51	-19
Волгоградская область	2	2	0	3	50	0	-100	6	0
Ростовская область	8	9	13	6	-33	4	-33	14	250

Таблица 8

ДИНАМИКА РАНГА РЕГИОНОВ ЮФО ПО КОЛИЧЕСТВУ ТУРОПЕРАТОРОВ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Место

Регион ЮФО	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	0	50	50	44	52
Республика Калмыкия	0	66	66	44	66
Краснодарский край	7	4	11	8	5
Астраханская область	2	2	1	1	2
Волгоградская область	38	37	31	44	25
Ростовская область	14	14	18	17	10

Основную часть туроператоров формирует, как это ни странно, не Краснодарский край, а Астраханская область, занимая на протяжении всего рассматриваемого периода 2-е место по всей РФ (табл. 8). Однако, несмотря на столь малое количество туроператоров, Волгоградская область к концу анализируемого периода занимает 25-е место, поднявшись на 13 ступеней. В связи с малым количеством предприятий-туроператоров мы решили целесообразным проводить разбиение регионов на группы. Приступим к анализу последней группы, входящей в совокупность турфирм – предприятий, оказывающих услуги по экскурсионной деятельности.

Вначале рассмотрим динамику количества функционирующих предприятий, оказывающих экскурсионные услуги в РФ за рассматриваемый период (табл. 9). Количество предприятий, осуществляющих экскурсионную деятельность, увеличилось на 240% – с пяти до двенадцати. Однако рост был не постоянный. В 2013 г. количество рассматриваемых предприятий сократилось до двух и лишь в последующих периодах стало уверенно расти (100% в 2014, 2016 гг., 50% в 2015 г.).

Основную роль в формировании данного показателя в ЮФО занимает именно Краснодарский край, на протяжении последних 5 лет представляющий от 71 до 74% данных предприятий в ЮФО. Волгоградская область, благодаря хорошему росту числа предприятий, оказывающих экскурсионные услуги, в 2016 г. выходит на третье место после Ростовской области.

Данные положительные изменения находят отражение и в таблице рангов, где Волгоградская область поднимается с 30-го на 21-е место. Однако это произошло только в 2016 г., на компенсацию провала данного показателя в 2013 г. потребовалось потратить 2 года (2014-й и 2015 гг.). Динамика рангов представлена в табл. 10.

Волгоградская область ожидаемо двигалась из группы отстающих и в конце анализируемого периода (2015-2016 гг.) оказалась на дне группы догоняющих регионов РФ по данному показателю.

Таблица 9

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Шт.

Наименование	Годы								
	2012	2013	2012/2013, %	2014	2013/2014, %	2015	2014/2015, %	2016	2015/2016, %
РФ	604	548	-9	556	1	684	23	1067	56
Центральный федеральный округ	104	103	-1	99	-4	127	28	132	4
Северо-Западный федеральный округ	104	98	-6	83	-15	85	2	179	111
Северо-Кавказский федераль-	31	31	0	32	3	36	13	62	72

Наименование	Годы								
	2012	2013	2012/2013, %	2014	2013/2014, %	2015	2014/2015, %	2016	2015/2016, %
Приволжский федеральный округ	63	56	-11	59	5	106	80	109	3
Уральский федеральный округ	16	16	0	21	31	26	24	52	100
Сибирский федеральный округ	102	73	-28	79	8	120	52	128	7
Дальневосточный федеральный округ	39	43	10	42	-2	50	19	49	-2
Крымский федеральный округ ЮФО	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Республика Адыгея	11	12	9	13	8	7	-46	11	57
Республика Калмыкия	1	1	0	2	100	1	-50	0	-100
Краснодарский край	103	95	-8	89	-6	80	-10	122	53
Астраханская область	7	7	0	6	-14	6	0	11	83
Волгоградская область	5	2	-60	4	100	6	50	12	100
Ростовская область	18	11	-39	10	-9	12	20	14	17

Таблица 10

ДИНАМИКА РАНГА РЕГИОНОВ ЮФО ПО КОЛИЧЕСТВУ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ, В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Регион ЮФО	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	14	12	11	29	24
Республика Калмыкия	50	51	47	60	72
Краснодарский край	1	1	1	1	1
Астраханская область	22	21	24	31	24
Волгоградская область	30	43	35	31	21
Ростовская область	9	13	14	18	15

Место

Подводя итог анализа составляющих данного показателя необходимо заметить, что рассмотренный показатель характеризует не только деятельность туристской отрасли, но в какой-то мере является показателем ее потенциала. И судя по предоставленным данным Волгоградская область действительно имеет существенный потенциал. Это подтверждается уверенным нахождением по всем параметрам рассмотренного показателя в группе догоняющих регионов.

Также нельзя не отметить, что абсолютно по всем параметрам наблюдается существенный рост, исчисляющийся десятками процентов в год. Приступим к рассмотрению показателя, описывающего динамику выручки предприятий туристского сектора экономики. К сожалению, показателя прибыльности деятельности турфирм в статистической отчетности не представлено.

Итак, в табл. 12 мы можем наблюдать динамику изменения выручки туристских предприятий от реализации туристского продукта за последние 5 лет.

Таблица 11

ВХОЖДЕНИЕ РЕГИОНОВ ЮФО В ГРУППУ ПО КОЛИЧЕСТВУ ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Адыгея				
Догоняющие				
Республика Калмыкия				
Аутсайдеры				
Краснодарский край				
Лидеры				
Астраханская область				
Отстающие	Догоняющие			
Волгоградская область				
Отстающие	Аутсайдеры	Догоняющие		
Ростовская область				
Догоняющие				

Общие тенденции динамики данного показателя лучше всего видны на графике (рис. 3).

Необходимо отметить, что на сводном графике представлено две группы, показания которых необходимо читать по разным шкалам. Первая группа – это данные по всему ЮФО, Краснодарскому краю и Ростовской области.

Таблица 12

ДИНАМИКА ОБЪЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Млн.руб.

Наименование	Годы								
	2012	2013	2012/2013, %	2014	2013/2014, %	2015	2014/2015, %	2016	2015/2016, %
РФ	181147,13	235577,06	30	229018,55	-3	239797,31	5	191255,68	-20
Центральный федеральный округ	112560,30	145765,39	29	150457,54	3	160071,79	6	109050,43	-32
Северо-Западный федеральный округ	20358,47	24552,96	21	7437,44	-70	7275,02	-2	12003,72	65
Северо-Кавказский федеральный округ	503,05	991,10	97	1058,17	7	1284,96	21	2236,04	74

Наименование	Годы								
	2012	2013	2012/ 2013, %	2014	2013/ 2014, %	2015	2014/ 2015, %	2016	2015/ 2016, %
Приволжский федеральный округ	15165,42	16750,27	10	17050,21	2	19927,70	17	12600,46	-37
Уральский федеральный округ	9838,34	18299,12	86	22464,15	23	30332,57	35	26009,16	-14
Сибирский федеральный округ	11280,80	14070,85	25	11074,60	-21	5423,35	-51	7339,18	35
Дальневосточный федеральный округ	6063,11	6205,50	2	6205,08	0	5090,25	-18	9939,65	95
Крымский федеральный округ	0,00	0,00	0	3682,11	0	1554,11	0	0,00	0
ЮФО	5377,64	8941,86	66	9589,25	7	8837,56	-8	7543,96	-15
Республика Адыгея	162,23	141,69	-13	104,25	-26	131,43	26	127,94	-3
Республика Калмыкия	7,49	9,47	26	8,58	-9	8,49	-1	7,31	-14
Краснодарский край	3525,70	4711,72	34	5920,05	26	6699,38	13	5694,99	-15
Астраханская область	512,09	523,46	2	514,88	-2	523,58	2	486,54	-7
Волгоградская область	256,36	410,87	60	325,84	-21	371,80	14	290,46	-22
Ростовская область	913,77	3144,65	244	2715,63	-14	1102,88	-59	936,73	-15



Рис. 3. Динамика объема реализации туристского продукта предприятий в ЮФО по регионам за 2012-2016 гг., млн. руб.

Их линии отмечены маркерами и относятся к правой шкале. Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Астраханская и Волгоградская области относятся к левой шкале, и их линии представлены без маркеров.

Общероссийским тенденциям не следует в целом ни один округ, ни одна из рассматриваемых областей ЮФО. В целом объем реализации туристских услуг за 2012-2016 гг. вырос по РФ на 6%, демонстрируя незначительные изменения. В 2013 г. произошел существенный рост (30%), потом наступил период «затишья», когда показатель то снижался на 3% (2014 г.), то, наоборот, рос на 5% (2015 г.). Затем, в 2016 г., произошло существенное снижение данного показателя на 20%, что и определило довольно небольшой итоговый в целом за период рост всего в 6%. ЮФО в целом продемонстрировал несколько иной характер развития. Взрывной рост в 2013 г. (66%) сменился слабым (+7%) в 2014 г. В 2015 г. наблюдалась коррекция (-8%) и существенное падение в последнем году – 2016-м (-15%). Однако за счет усиленного роста в течении первых двух лет ЮФО продемонстрировал серьезный рост (+40%) за весь рассматриваемый период.

Данный рост оказался возможным за счет Краснодарского края, Ростовской и Волгоградской областей. Волгоградская область оказывается на 2-м месте по росту за весь анализируемый период (+13%). В очередной раз Волгоградская область демонстрирует неравномерную динамику своего показателя. Рост в 60% в 2013 г. сменился ощутимым падением в 2014 г. (-21%). 2015 г. вновь продемонстрировал рост Волгоградской области на 14%, а результат показателя выручки турфирм в

2016 г. логично завершил данные «американские горки» падением на 22%. Тем не менее, как отмечалось ранее, за весь анализируемый период выручка туристских предприятий выросла на 13%.

Несмотря на в целом положительную динамику рассматриваемого показателя по Волгоградской области, это не помогло улучшить ранг нашего региона в общей таблице. Динамика ранга Волгоградской области в общей совокупности регионов РФ представлена в табл. 13. Тем не менее, снижение на три места, до 44-го, в 2016 г. стоит рассматривать как нейтральное. При заметном росте региона это означает что другие участники рассматриваемой совокупности (43 региона из 85) продемонстрировало более существенный рост.

В целом расстановка сил по данному показателю довольно очевидна, но для окончательного вывода по данному показателю рассмотрим принадлежность Волгоградского региона к конкретной группе.

Таблица 13

ДИНАМИКА РАНГА РЕГИОНОВ ЮФО ПО ОБЪЕМУ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

Место

Регион ЮФО	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	48	59	67	54	58
Республика Калмыкия	78	77	80	81	80
Краснодарский край	7	5	4	4	7
Астраханская область	27	31	35	30	33
Волгоградская область	41	36	42	36	44
Ростовская область	17	11	11	17	19

Таблица 14

ВХОЖДЕНИЕ РЕГИОНОВ ЮФО В ГРУППУ ПО ОБЪЕМУ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ ЗА 2012-2016 гг.

2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Республика Адыгея				
Аутсайдеры				
Республика Калмыкия				
Аутсайдеры				
Краснодарский край				
Догоняющие				
Астраханская область				
Отстающие				

2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Волгоградская область				
Отстающие				
Ростовская область				
Отстающие		Догоняющие		Отстающие

Волгоградская область на протяжении всего анализируемого периода относится к группе отстающих регионов, при этом находясь ближе к концу данной группы. Наилучшие перспективы среди регионов ЮФО есть у Ростовской области, которая в 2014-2015 гг. оказывалась в группе догоняющих регионов и в меньшей степени это относится к Астраханской области, обогнавшей в середине группы отстающих регионов.

В течении рассматриваемого периода ЮФО формировал от 3 до 4% выручки туристских предприятий по всей РФ. Подавляющую роль в этом играл Краснодарский край, чье влияние только усилилось к 2016 г. (66% выручки в 2012 г. и больше 75% по итогам 2016 г. в рамках ЮФО). Данное обстоятельство легко объяснимо последовательным развитием Краснодарского края, как самостоятельного, так и обусловленного проведением зимней Олимпиады в Сочи в 2014 г.

ВЫВОД

Проведенный анализ выявил, что с 2012 по 2016 гг. количество турфирм в Волгоградской области увеличилось на 28%. Это позволило региону подняться на две ступеньки выше, достигнув 21-го места из 85 среди всех регионов РФ. Количество турагентов за рассматриваемый период увеличилось на 21%, что позволило региону подняться на пять ступенек выше, достигнув 20-го места из 85.

На данный момент в Волгоградской области чрезвычайно мало предприятий туроператоров. Несмотря на то, что ЮФО формирует около 19% всех предприятий туроператоров в РФ, Волгоградская область в этом процессе практически не участвует. Тем не менее, небольшой рост данного показателя с 2012 по 2016 гг. обусловил тот факт, что Волгоградская область к концу анализируемого периода занимает 25-е место, поднявшись на 13 ступеней. При этом количество предприятий, осуществляющих экскурсионную деятельность, увеличилось на 240%, с 5 до 12. Волгоградская область, благодаря хорошему росту числа предприятий, оказывающих экскурсионные услуги, в 2016 г. выходит на 3-е место после Ростовской области.

В целом объем реализации туристских услуг за 2012-2016 гг. вырос по РФ на 6%, демонстрируя неоднозначные изменения. Волгоградская область оказывается на 2-м месте в ЮФО по росту за весь анализируемый период (+13%). Но несмотря на в целом положительную динамику рассматриваемого показателя по Волгоградской области, это не помогло улучшить ранг нашего региона в общем табеле. Волгоградская область на протяжении всего анализируемого периода относится к группе отстающих регионов, при этом находясь ближе к концу данной группы.

Литература

1. Васильев Е.С. и др. Роль статистического анализа в формировании показателей отражающих уровень развития информационно-коммуникационных технологий России [Текст] / Е.С. Васильев, Е.В. Басистая-Проколова, А.В. Шохнех // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – №6. – С. 127-129.
2. Васильев Е.С. Индикаторы измерения инновационной активности в Российской Федерации [Текст] / Е.С. Васильев,

Л.А. Сизенева // Экономическая безопасность России и стратегии развития ее регионов в современных условиях : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. – 2015. – С. 49-51.

3. Гущина Е.Г. и др. Методологические аспекты стратегирования регионального социально-экономического развития России [Текст] / Е.Г. Гущина, Е.С. Васильев, Л.А. Сизенева // Труд и социальные отношения. – 2015. – №5. – С. 15-32.
4. Косульникова Т.Л. Концепции и тенденции развития туризма в России [Текст] / Т.Л. Косульникова, Д.Ю. Шарапов // Науч. вестн. Волгоградского филиала РАНХиГС ; Сер. : Экономика. – 2016. – №1. – С. 45-49.
5. 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.
6. Орлова Н.В. Оценка факторов, влияющих на туристскую привлекательность региона [Текст] / Н.В. Орлова, Л.А. Сизенева // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №3. – С. 398-401.
7. Статистика туризма [Текст] : учеб. / кол. авт. ; под ред. А.Ю. Александровой. – М. : Федер. агентство по туризму, 2014. – 464 с.
8. Федеральная служба государственной статистики: Центральная база статистических данных [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi>.

Ключевые слова

Туристский рынок; статистические данные; туристские фирмы; объем реализации туристского продукта.

Косульникова Татьяна Леонидовна

Васильев Евгений Сергеевич

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы обусловлена необходимостью комплексного развития внутреннего и въездного туризма для обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах Российской Федерации и важностью сбора, обработки и анализа статистической информации о развитии туристского рынка как основы подготовки и принятия управленческих решений на всех уровнях.

В статье «Региональные особенности туристского рынка Волгоградской области: современное состояние и актуальные тенденции развития» рассматривается динамика общедоступных статистических показателей, характеризующих развитие туристской отрасли Волгоградского региона.

В качестве ключевых показателей, характеризующих туристский рынок, выбраны численность туристских фирм (с разбивкой на турагентов и туроператоров) и доходов туристских фирм. Особый интерес представляет методика проведения анализа: авторы оперируют не только абсолютными и относительными показателями динамики, но также используют присвоение рангов, разбивают регионы на группы (лидеры, догоняющие, отстающие, аутсайдеры), и исследуют, как меняется позиция региона по каждому показателю.

Анализ полученных данных в динамике за последний доступный в статистических данных период – 2012-2016 гг. позволил выявить характерные региональные особенности развития туристской индустрии Волгоградской области.

Вышеизложенное дает основание считать, что актуальность рассматриваемой темы, ее практическая необходимость, а также новизна материала определяют научную и практическую ценность статьи.

Шохнех А.В., д.э.н., профессор, кафедра «Менеджмент и экономика образования» Волгоградского государственного социально-экономического университета, г. Волгоград.

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ