

Янкина Ирина Анатольевна

доктор социологических наук, доцент,
профессор кафедры управления,
Таганрогский институт управления и экономики
I.A.Yankina@rambler.ru

Нови Ирина Николаевна

кандидат географических наук, доцент,
доцент кафедры управления,
Таганрогский институт управления и экономики
irinanovi05@gmail.com

Irina A. Yankina

doctor of sociological sciences, professor assistant, Professor of department
of Management; Taganrog Institute of Management and Economics
I.A.Yankina@rambler.ru

Irina N. Novi

candidate of geographic sciences, associate professor
Associate Professor of Management department, Taganrog Institute of Management
and Economics
irinanovi05@gmail.com

Проблемы развития бизнеса в туристической сфере

Problems of business development in the touristic sphere

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы развития российского туристического бизнеса. Анализируются статистические данные туристических потоков с 2014 по 2017 годы. Приводятся результаты PEST-анализа (на примере Ростовской области). Указывается, что сфера туристического бизнеса обладает эффектом эмерджентности, так как позволяет аккумулировать все ресурсы территории. Обозначена необходимость сформировать полную «карту» туристических маршрутов, обеспеченных достаточными осязаемыми и неосязаемыми ресурсами.

Ключевые слова: туристический бизнес, конкурентоспособность организации, динамика туристических поездок, гостиничный бизнес, потенциал территории, развитие инфраструктуры

Annotation. The article deals with the problems of the development of the Russian tourist business. Statistical data of tourist flows are analyzed from 2014 to 2017. The results of PEST analysis are presented (on the example of the Rostov region). It is pointed out that the sphere of tourism business has the effect of emergence, as it allows to accumulate all the resources of the territory. It is necessary to create a complete "map" of tourist routes, provided with sufficient tangible and intangible resources.

Keywords: tourist business, competitiveness of the organization, dynamics of

tourist trips, hotel business, potential of the territory, infrastructure development.

Развитие отечественной экономики, чаще всего, связывают с проблемами в промышленности и в сырьевом секторах. Однако мировая практика показывает, что туристический бизнес может стать хорошим финансовым вливанием в бюджет страны и оживить экономику российских регионов. Глобализация позволила выйти мировой практике туризма на новый уровень. Этому способствовал ряд следующих тенденций.

Во - первых, интенсивное развитие средств телекоммуникации и связи, эффективное управление информационными потоками стимулируют интерес населения к туризму (прежде всего, к международному туризму).

Во - вторых, выросший общекультурный уровень и доходы населения позволяют рассматривать туризм как способ отдыха и расширения кругозора.

В - третьих, развитие международных отношений и транспортных связей позволяют снизить барьеры для осуществления туристического бизнеса.

В - четвертых, развитие соответствующей инфраструктуры и индустрии гостеприимства позволили снизить вероятность риска для туристов.

Однако успех туристического бизнеса в рамках конкретной территории детерминирован уровнем развития этих факторов внешней среды. В современном мире расширяются источники и мотивы туристической активности, появляются новые практики (оздоровление, отдых, культурно-исторический туризм, стремление к экзотике или экстриму, интерес к спортивным мероприятиям, гастрономический туризм, религиозный туризм). Расширение спектра интересов и увеличения географических зон путешествия позволяет российскому туристическому бизнесу занять достойное место на международном рынке. Однако текущая ситуация показывает, что российский туристический бизнес использует только небольшую часть своих потенциальных возможностей. Данные статистики указывают на существенные колебания численности выездных и въездных турпоездов с 2014 по 2016 годы. Динамика совершения гражданами РФ выездных туристических поездок в зарубежные страны такова: в 2014 году – 42921 тыс.человек, в 2015 году – 34390 тыс.человек, в 2016 году – 31659 тыс.человек [1, с.167]. Согласно статистике в 2017 году рост выездного турпотока по сравнению с 2016 г. составил 19,8% [2]. Данные динамики за последние годы по въездному туризму иностранных граждан в РФ следующие: в 2014 году – 25438 тыс.человек, в 2015 году – 26852 тыс.человек, в 2016 году – 24571 тыс.человек [1, с.166]. Согласно данным руководителя Федерального агентства по туризму О.Сафонова за три квартала 2017г. въездной турпоток по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. вырос на 14% [2]. Выездной туристический поток ежегодно превышает въездной и внутренний. Компенсация подобной асимметрии лежит в русле популяризации российских культурно-исторических мест. Конкурентным преимуществом для развития въездного туристического бизнеса является не изученность и длительная недоступность для иностранного туриста большинства российских культурно-исторических мест. В целом, на территории России в большом количестве сохранились архаичные

локализации, где культурные и исторические истоки могут послужить катализатором для развития туристической привлекательности и формирования новых маршрутов. Внутренний туризм оценивается специалистами по показателям гостиничного сектора. По статистике число лиц, размещенных в гостиницах и прочих коллективных средств размещения России в 2016 г. выросло на 10% в сравнении с 2015г. и на 23% в сравнении с 2014 г. [3, с.11].

Проблемы рынка туристических услуг на территории России связаны, в первую очередь, с неразвитой инфраструктурой. Имея в своем арсенале такой ресурс, как богатейшее культурно-историческое наследие, российская социально-экономическая система пока не в состоянии обеспечить достаточными материальными активами сферу туристических услуг. В стране наблюдается непрерывное сокращение числа организаций культурно-досугового типа. Согласно данным в 1992 году их насчитывалось 66 тыс., в 2000 году – 54,8 тыс., в 2010 году – 46,6 тыс., в 2013 году – 42,2 тыс., в 2014 году – 42,1 тыс., в 2015 году – 40,3 тыс. [1, с.162]. Таким образом, за 25 лет их стало меньше почти на треть. Ситуация усугубляется отсутствием бюджетных средств для достойного содержания музеев, памятников архитектуры и искусства; низким качеством дорог и транспортных услуг; неразвитостью сервисного сопровождения туристических маршрутов и «выпадения» многих памятников исторического и культурного наследия (например, находящихся на территории малых городов) из рекомендуемой туристу «карты путешествия». Однако на фоне усугубляющихся проблем можно отметить позитивные тенденции. В частности, в стране достаточно регулярно проводятся международные знаковые события, имеющие широкий резонанс у мировой общественности (например, проведение в России Евровидения, Зимней Олимпиады в Сочи, Чемпионата мира по футболу), побуждающие иностранных и российских граждан к посещению данных мероприятий. Такая туристическая активность обеспечивает повышение спроса на туристические услуги и хороший приток финансовых средств в бизнес. Помимо этого важной позитивной тенденцией является рост числа гостиниц на территории нашей страны. Согласно данным статистики в 2013 году их насчитывалось 9869, в 2014 году – 10714, в 2015 году – 13958 [1, с.164]. Именно гостиничный бизнес как комплиментарная услуга позволяет поддержать и развить туристический поток. Требования потребителей, структурирующие активность бизнес в данном пространстве, связаны с достойным качеством услуг, представляемых отельерами, и разнообразием ценовых категорий и условий размещения. Меняющиеся условия рынка и более жесткая конкуренция требуют от представителей гостиничного бизнеса большой гибкости в определении ценовой стратегии. Как показывают исследования [4], разнообразие предлагаемых на высоко конкурентном рынке отелей услуг является для гостя непростой задачей. Интернет-сайты предлагают широкий спектр услуг для туриста, дифференцированный по цене, комфортабельности, местоположению. Для туристического бизнеса это является перспективной возможностью развития, так как подталкивает владельцев мест размещения творчески

подходить к привлечению клиентов, создавать новые услуги, предлагать скидки, повышая конкурентоспособность своего заведения.

Таким образом, успешность развития туристического бизнеса зависит от правильного сочетания ресурсов, которыми располагает конкретная территория. Уникальность имеющихся на территории материальных и нематериальных ресурсов предопределяет её туристический потенциал. Определение данного потенциала необходимо начинать с анализа всех возможностей и угроз, которые влияют на развитие туристического бизнеса данной территории. Для примера рассмотрим, как факторы внешней среды предопределяют направления развития туристического бизнеса Ростовской области. Исследование основных факторов внешней среды Ростовской области, оказывающих влияние на рынок туристических и гостиничных услуг, проведенное на основе методики PEST-анализа, позволило определить особенности рынка. Наиболее значимыми факторами внешней среды, с точки зрения возможностей, являются отношение населения к работе и досугу, требования потребителя к качеству предоставляемых услуг, образ и уровень жизни, традиции и привычки потребления, развитие технологий и внедрение Интернет-среды в жизни россиян. Ещё одна положительная тенденция – это увеличение в стране объема кредитных денег и формирование благоприятных условий кредитования.

Угрозы для деятельности туристических фирм могут быть следующие. Повышение уровня безработицы, снижение зарплаты, позитивное отношение населения к импортным товарам и услугам, динамика инфляции и процентных ставок, курс валют являются сдерживающими факторами развития гостиничного и туристического бизнеса. Ужесточение налоговой политики и повышение налогов ведет к удорожанию данных услуг. Среди негативных факторов выделяется регулирование земельного законодательства. В частности, в статье 239.1. ГК РФ указано, что при прекращении действия договора аренды земельного участка, расположенные на нем объекты незавершенного строительства по решению суда могут быть изъяты у собственника и проданы на публичных торгах [5]. Данная угроза блокирует инвестиционную активность бизнес-сообщества в сфере строительства объектов туристической направленности. Отзывы туристов указывают на дисбаланс между заявленным уровнем обслуживания и установленным уровнем цен, невысокой квалификацией сотрудников гостиничного и туристического бизнеса, несоответствие материально-технической базы общепринятым стандартам.

Результаты исследования внешних факторов, влияющих на рынок туристических услуг, позволили сформулировать следующие выводы. Рынок данных услуг, согласно прогнозам, будет развиваться за счет низкоценового сегмента (что предполагает рост числа гостиниц категории «без звезд»). В среднесрочной перспективе у Ростовской области есть хорошая база для того, чтоб создать инфраструктуру для развития бизнесов-туров и развлекательного туризма. Исследование показывают, что потенциал для развития внутреннего туризма в Ростовской области существует. В частности, исследование социальных установок студентов, проведенное с декабря 2016г. по февраль

2017 г. в Южном федеральном институте (выборка 855 человек), самыми важными для посещения (можно было выбрать не более 3х ответов) респонденты считают «памятники архитектуры прошлых веков» (57%), «памятники важным для страны историческим событиям» (53%), «памятники поэтам, писателям и другим деятелям искусства» (48%), «картинные галереи» (38%), «историко-краеведческие музеи» (36%) [6].

Реальной основой для воплощения этих перспектив в жизнь являются наметившийся рост внутренних туристических маршрутов; хорошие климатические условия, наличие водных ресурсов, наличие уникального культурно-исторического наследие (в том числе, памятники архитектуры, музеи), имеющее мировое значение; рост коммерческих и некоммерческих организаций, наличие административных структур, реализующих массовые зрелищные мероприятия; проведение ряда матчей Чемпионата мира по футболу на территории области, что инициирует развитие развлекательной и транспортной инфраструктуры. В связи с этим, гостиничному менеджменту требуется определить уникальные конкурентные преимущества и произвести правильное позиционирование своих отелей в системе туристических маршрутов. Это обусловлено тем, что местонахождение отеля является важным конкурентным преимуществом, помогающим выделиться среди остальных конкурентов. Все гости ценят близость отеля к транспортным коммуникациям. Вместе с тем, бизнес-клиенты ориентированы на размещение в отелях, находящихся в центре населенных пунктов. А клиенты-туристы ценят близость к морю (реке, озеру), развлекательным центрами и культурно-историческим памятникам. Кроме этого отметим, что нестабильный курс рубля ведет к сокращению внешней туристической активности, но приводит к развитию внутренних туристических маршрутов. Социокультурные факторы внешней среды тесно связаны с изменением образа жизни населения и потенциальной возможностью повышения заинтересованности в отдыхе на территории российских курортных зонах. Формирование государством у населения лояльности к собственной стране и побуждение к здоровому и активному образу жизни населения может стать дополнительным импульсом для внутреннего туризма. Важность влияния технологических изменений продиктовано необходимостью соответствовать даже самым искушенным в использования новейших технологий клиентам. Модернизация и реконструкция туристской инфраструктуры Ростовской области – важный параметр для успешного туристского развития данного рынка.

Подводя итоги, нужно отметить, что сфера туристического бизнеса обладает эффектом эмерджентности, так как позволяет аккумулировать все имеющиеся ресурсы территории. Главная проблема развития данного бизнеса – собрать полную «карту» туристических маршрутов, обеспеченных достаточными осязаемыми и неосязаемыми ресурсами. И если последние у России имеются в достаточной степени, то осязаемые (материальные) ресурсы требуют повышенного внимания и дополнительного стимулирования для их развития. Встает проблема формирования систем подготовки специалистов в сфере туризма, гостеприимства и экскурсизма, т.к. квалификация и качество их

работы предопределяет удовлетворенность клиентов. Помимо этого, расширение спектра туристических практик позволяет ориентировать туристический бизнес на диверсификацию предлагаемых услуг.

Литература:

1. *Россия в цифрах. 2017: Краткий статистический сборник/Росстат-М., 2017 - 511 с., С.164-167.*

2. *Официальный сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/14611/>, свободный (Дата обращения: 17.01.2018).*

3. *Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. Ноябрь. 2017. №31. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ac.gov.ru.>files/publication/a/15422.pdf>, свободный (Дата обращения: 12.02.2018).*

4. *Нови И.Н. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничной отрасли на основе SWOT-анализа// Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2017. № 2 (26). С. 29-32.*

5. *Гражданский кодекс РФ/ Справочная правовая система «Консультант Плюс»/ Официальный сайт компании "КонсультантПлюс" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/sys/> , свободный (Дата обращения: 21.02.2018)*

6. *Рачина А.В., Янкина И.А. Рынок труда и социально-трудовые отношения: оценки молодежи// Казанский социально-гуманитарный вестник. 2017. №3(26). С.48-51.*

Literatura:

1. *Russia in figures. 2017: A Brief Statistical Digest / Rosstat-M., 2017-511 p., P.164-167.*

2. *Official site of the Federal Agency for Tourism. Available at: <https://www.russiatourism.ru/news/14611/> (Accessed 17.01.2018).*

3. *Bulletin on current trends in the Russian economy. November. 2017. №31. Available at: <http://ac.gov.ru.>files/publication/a/15422.pdf> (Accessed 12.02.2018).*

4. *Novi I.N. Increase of competitiveness of the enterprises of hotel branch on the basis of SWOT-analysis// Bulletin of the Taganrog Institute of Management and Economics. 2017. № 2 (26). P. 29-32.*

5. *Civil Code of the Russian Federation / Legal reference system "Consultant Plus" / Official site of the company "ConsultantPlus". Available at: <http://www.consultant.ru/sys/> (Accessed 21.02.2018).*

6. *Rachipa A.V., Yankina I.A. Labor market and social and labor relations: assessments of the youth// Kazan social and humanitarian bulletin. 2017. №3(26). P.48-51.*