

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Проанализировано развитие мирового туризма по итогам 2009 г. и сделан прогноз развития в текущем году, исследованы наиболее привлекательные виды туризма для РФ и проанализировано развитие туризма в регионах, обоснован туристский потенциал регионов России, обоснованы проблемы, препятствующие развитию внутреннего туризма в нашей стране.

Yamaev R.B. The Tourism as a Factor of Development of Russian Regions

In this article, the development of the world tourism in 2009 and development of the tourism in regions have been analyzed. The prognosis for development in this year has been elaborated as well. Kinds of the tourism more attractive for the Russian Federation have been investigated. The tourist potential in regions of Russia and problems obstructing development of the internal tourism in our country has been well-grounded.

По данным отчета Всемирной туристической организации ООН (ЮНВТО) «Барометр мирового туризма» в 2009 г. мировой туристический рынок на 4,3 %, а наибольшее падение въездного туристического потока – на 5,6 % – было отмечено в европейских странах, которые являются наиболее популярными в туристическом плане, и которые посетило в 2009 г. 460 млн туристов. Причиной такого спада эксперты называют мировой экономический кризис и пандемию гриппа A(N1H1). Несмотря на спад туристического потока по итогам прошлого года, в этом году эксперты ожидают рост.

Если рассматривать в этом контексте предпочтения туристов, то они пока не меняются: туристы выбирают путешествия на короткие расстояния и не уезжают далеко от дома. На некоторых направлениях внутренний туризм перенес кризис лучше и даже значительно вырос, зачастую это было связано с поддержкой государства и специальными государственными мерами. Так произошло, например, в Китае, Бразилии и Испании, где внутренний рынок, составлявший значительный сегмент рынка, частично компенсировал спад в международном туризме.

Эксперты UNWTO связывают оптимистические прогнозы на 2010 г. со следующими факторами:

1. Уверенность бизнес-сообщества и потребителей выросла.
2. Процентная ставка и инфляция остаются на исторически низком уровне, и ожидается, что вырастут они очень незначительно.
3. Благодаря подавленному спросу обычно за экономическим спадом идет рост. Туристические направления будут активно использовать эту возможность.
4. У ключевых стран, сильно пострадавших от кризиса в 2009, таких как Россия и Великобритания, есть потенциал к восстановлению.
5. Важные международные мероприятия пройдут в Южной Африке (Кубок мира по футболу FIFA), Канаде (зимние Олимпийские игры) и Китае (Выставка Экспо в Шанхае), это создаст дополнительный спрос на путешествия.
6. Уровень приспособляемости, демонстрируемый туристическим сектором в период постоянного изменения спроса и непостоянства условий рынка, сделал турбизнес сильнее.

Факторы, которые могут помешать выходу из кризиса:

1. Ключевая проблема – безработица. Кризис в сфере найма не закончился, особенно в развитых экономиках.
2. Экономический рост на ключевых рынках, особенно в Европе и США, еще очень незначителен.
3. Государства, скорее всего, прекратят меры, стимулирующие экономики, а в ряде развитых стран вырастут налоги, увеличивая давление на бюджеты семей и компаний.
4. Цены на нефть остаются непостоянными.
5. Несмотря на то, что последствия эпидемии гриппа A(H1N1) оказались меньше, чем предполагалось, опыт предыдущих пандемий говорит о том, что ситуация вновь может стать критической.
6. Угроза безопасности и связанные с ней потенциальные сложности и дополнительные затраты по-прежнему представляют проблему для путешественников.
7. Доходы и прибыли будут восстанавливаться медленнее, чем объемы прибытий и ночевков.

Рассмотрим, какие существуют перспективы развития туризма в регионах России. В целом по оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, доходы от туризма в 2009 г. в ВВП нашей страны 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 индустрию России составляют 12,1 % от общих инвестиций при годовом росте в 8,2 %.

С учетом характера российских туристских ресурсов, состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну могут в основном представлять следующие виды туризма: культурно-познавательный, деловой, а также

специализированный туризм (круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.).

Пляжный туризм является одним из самых популярных видов отдыха у россиян: 38 % российских туристов предпочитают отдыхать у воды. Яхтенный туризм в России в целом только начинает развиваться, и количество туристов составляет не более 0,5 % от внутреннего турпотока, наибольшую популярность он имеет в Ленинградской области и Карелии, хотя мог бы получить развитие во всех приморских регионах.

Для России с ее недостаточно развитой туристской инфраструктурой и огромным невостребованным туристским потенциалом развитие специализированного туризма как нового альтернативного направления представляет наибольший интерес с точки зрения привлечения искушенного иностранного потребителя и диверсификации внутреннего туристского предложения.

Выявленные приоритетные виды туризма и перспективные туристские регионы определяют соответствующие им приоритеты в развитии туристской инфраструктуры.

По уровню туристского предложения, учитывающего неравномерность распределения туристских ресурсов на территории страны, а также различный уровень развития туристской инфраструктуры и кадрового потенциала, районы страны могут быть распределены следующим образом:

- регионы с высоким уровнем развития туристского продукта – Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край, Калининградская область, регионы Золотого Кольца;

- регионы со средним уровнем развития туристского продукта – Северо-Западный регион, Тверская область, Центральная Россия, Татарстан, Поволжье, такие республики Северного Кавказа, как Карачаево-Черкесия и Кабардино-Балкария, Ростовская область, Иркутская область, Приморский край, Камчатка, Мурманская область, Ханты-Мансийский автономный округ;

- регионы с недостаточным уровнем развития туристского продукта, но обладающие значительным потенциалом для перспективного развития: прибрежные территории Каспийского и Азовского морей, районы Крайнего Севера (Арктика, Земля Франца-Иосифа), Дальневосточный регион (Курилы, Командорские острова, Якутия, Чукотка, Магаданская область), Западная Сибирь (Алтай, Красноярский край и др.), Тува (п. Кунгуртуг, оз. Тере-Холь, крепость Пор-Бажын), Бурятия, Урал. В перечисленных районах качественный туристский продукт только начинает появляться.

Одной из актуальных проблем является проблема транспортной составляющей в обеспечении дальнейшего развития туризма в России. Это относится к авиа-, железнодорожному, водному и автосообщению, строительству автомобильных дорог.

Недостаточно высокий уровень организации воздушного транспорта внутри страны по сравнению с международными перевозками является одним из основных факторов, ограничивающих дальнейшее развитие туристских комплексов в регионах страны. Услуги аэропортов по обслуживанию воздушных судов, пассажиров и грузов регулируются государством как услуги естественных монополий, что ограничивает конкуренцию на внутреннюю авиаперевозку и не позволяет снизить цены на наземное обслуживание.

В настоящее время на территории РФ функционируют около 150 горнолыжных комплексов. Самыми популярными горнолыжными комплексами Российской Федерации являются: «Красная Поляна» в Краснодарском крае (260 тыс. туристов), «Домбай» в Карачаево-Черкесской Республике (в 2008 г. принято 192 тыс. туристов), «Приэльбрусье» в Кабардино-Балкарской Республике (100 тыс. туристов). Горнолыжные центры Московской области в 2008 г. приняли более 320 тыс. человек.

Построены и успешно функционируют горнолыжные центры «Бобровый Лог» (Красноярский край), «Белокуриха» (70 км от г. Бийска), «Шерегеш» (200 км от г. Новокузнецка), «Соболиное» (145 км от г. Иркутска), интенсивно развивается горнолыжный комплекс на озере Байкал (п. Листвянка Иркутской обл.), «Завьялиха» (12 км от г. Челябинска),

Строятся горнолыжные центры и в других регионах: в Республике Карелия («Спаская Губа»), Нижегородской области («Нижегородская Швейцария»), на Урале – в Челябинской области («Две долины», «Евразия») и в Кемеровской области, на Алтае («Манжерок»), в Магаданской области («Марчекан»).

Учитывая климатические и ландшафтные особенности России, горнолыжный, как и другие зимние виды туризма, имеют большие перспективы развития.

Несмотря на то, что туристский потенциал России пока используется лишь на 20 %, перспективы развития туризма в нашей стране огромны (табл. 1).

Таблица 1

Целевые показатели стратегии развития туризма в РФ до 2015 г.

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Въезд иностранных граждан в Россию (млн поездок)	22,5 22	29 25,1 27	2 28,5 29	8 31,5				35-36
Численность обслуженных в средствах размещения (внутренний туристский поток) (млн чел.)	26,567	29 31	33 35			37,5	40	46-48
Количество гостиниц (ед.)	5375 6000	6700 7500	8300 9200				10200	13000-14000
Число ночевков в гостиницах (тыс.)	55148 78000	87100 97240			107900	119600	131820	156000
Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн руб.)	74711	88900	107560	130140 157460	190520	224800		370000
Экспорт туристских услуг (млрд руб.)	604,4 679,6	796,3		913	1029,7	1146	1262,7	1613
Инвестиции в основной капитал (млрд руб.) 599		709,7	983,3	1257	1531	1804,6	2278,2	2898,5

По оценкам специалистов Всемирной туристской организации, Южному федеральному округу присвоен самый высокий рейтинг туристского потенциала – 79,2 % (табл. 2).

Из данных таблицы 2 видно, что наибольшим потенциалом обладает Южный федеральный округ с входящими в него основными туристскими объектами: санатории Кавказских Минеральных Вод, Курорты Черноморского побережья, горнолыжный и горный туризм в Домбае, Приэльбрусье, на Красной поляне, Архызе.

Таблица 2

Туристский потенциал экономических районов в России

Туристские районы	Основные туристские объекты и виды отдыха	Потенциал района, %	Условный минимальный объем необходимых инвестиций, млн долл.
Южный	санатории Кавказских Минеральных Вод, Курорты Черноморского побережья, горнолыжный и горный туризм в Домбае, Приэльбрусье, на Красной поляне, Архызе	79,2 2580	
Центральный	Москва, объекты Подмосковья, старинные города Золотого Кольца, пансионаты и дома отдыха на реках и озерах центральных областей	73,5 2390	
Северный	Озера Карелии, Валаам, Кижы, Соловецкие острова, поморские города, поселки Архангельской области	71,9 2340	
Поволжье	Курортные зоны Жигулей, волжские санатории и дома отдыха Самарской и Саратовской областей, круизы по Волге, Каме	60,7 1975	
Урал	Санатории горного и полярного Урала Свердловской, Челябинской обл., лесные и речные пансионаты Башкортостана	56,0 1825	
Западно-Сибирский	Горный туризм на Алтае, Телецкое озеро, курорт Белокуриха, пансионаты и дома отдыха на берегах рек, озер и водохранилищ	50,6 1650	
Черноземье	Пансионаты и дома отдыха Воронежской и Белгородской областей	45,3	1475
Северо-Западный	Старинные г. Новгород и Псков, Ладожское, Ильменское, Онежские озера	44,0 1435	
Восточно-Сибирский	Горный и экстремальный туризм в Саянах, пансионаты и дома отдыха в «Красноярских столбах», на Енисее и Ангаре	40,3 1310	
Дальневосточный	Пансионаты и здравницы на берегу Тихого океана, горный и экзотический туризм на Камчатке, Сахалине, экстремальные маршруты по Уссурийской тайге	36,9 1200	
Итого по России:		558,4 20000	

Не последнее значение в развитии внутреннего туризма как в Москве, так и в регионах России имеет ценовая политика, или точнее – соотношение «цена – качество». В целом цены на российских курортах в разы превышают цены зарубежных, а уровень сервиса оставляет желать лучшего. Так двухдневная поездка для семьи из трех человек на «родину» Деда Мороза в Великий Устюг в новогодние праздники стоила порядка 60 тыс. руб. – то есть столько же, сколько недельный тур для той же семьи в Турцию¹.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что основное внимание при разработке нового турпродукта нужно уделять турам по России, т.к. увеличилось количество россиян предпочитающих отдыхать в своей стране на 18 %. Не смотря на то, что туристский потенциал России пока используется лишь на 20 %, по прогнозам специалистов Всемирной туристской организации к 2020 г. Россия сумеет воспользоваться своими преимуществами (имеющимся туристским потенциалом, уникальным географическим положением) и добиться развития эффективных и приоритетных направлений туризма. Усилит свою роль активного туристско-рекреационного центра, предоставляющего качественный и уникальный туристский продукт как российским туристам, так и туристам из стран ближнего и дальнего зарубежья. Туристский продукт станет более качественным, привлекательным и дифференцированным.

¹ <http://www.rian.ru/analytics/20100114/204471452.html>