Оценка влияния туристской деятельности на экономику территории: статистический и социологический аспекты

Марков Дмитрий Николаевич, Воробьева Александра Игоревна, Кручак Наталья Андреевна

Марков Д.Н., Воробьева А.И., Кручак Н.А.2

В современном мире значение туризма очень велико для экономической и социальной сферы. Это связано, прежде всего, с разносторонним прямым и косвенным воздействием на их развитие, возможностью генерировать дополнительный спрос на товары и услуги, создавая тем самым мощный стимул для экономического роста.

В России в последнее время этой отрасли стало уделяться повышенноя.е внимание. Наращивание туристского потенциала увеличивает доходную часть бюджета, создает дополнительные рабочие места и источники увеличения благосостояния местного населения. В некоторых регионах страны она стала ведущей отраслью специализации.

Усиление глобализации и международной конкуренции делает актуальным поиск резервов эффективной экономической деятельности на местах. Однако для принятия верных управленческих решений необходимо иметь инструмент экономической оценки влияния той или иной отрасли на основные макроэкономические показатели. Поэтому, важным становится поиск адекватной системы экономической информации, способной отразить реальное состояние дел.

Так как туризм – это комплексная отрасль, проведение ее оценки сталкивается с большими сложностями из-за отсутствия необходимой статистической информации. Поэтому помимо объективного, используется еще и субъективный подход, базирующийся на социологических исследованиях. Они позволяют выявить и учесть не только расходы туристов, но и их структуру, цели прибытия, наиболее посещаемые на территории регионов туристические объекты, а так же определить удовлетворенность туристов путешествием, учитывая эмоциональное состояние и восприятие человека. Однако каждый по отдельности метод не дает полной оценки. Поэтому в процессе проведения оценки вклада туризма в экономику территории была разработана система комплексной оценки туристского потенциала.

Применяемый в российской практике анализ натуральных показателей основных отраслей прямого туристского влияния (количество гостиниц, деятельность турфирм, въехавших и выехавших туристов и др.) не в состоянии в полной мере оценить влияние туризма на экономику региона. Однако его можно эффективно использовать при выявлении туристской привлекательности определенной территории по сравнению с располагающими сходными ресурсами.

Решение данной задачи возможно реализовать через использование метода интегральных оценок, который является удобным инструментом для расчета рейтинговых значений. Он основывается на вычислении интегральных коэффициентов в результате сравнения специально выбранных для целей исследования показателей по объектам сравнения. Для анализа все показатели приводятся в сопоставимый вид (на 1 тыс чел. населения).

Сравнение было проведено по 6 субъектам Дальневосточного федерального округа (ДФО): Хабаровский, Приморский, Камчатский края, Республика Саха (Якутия), Сахалинская и Амурская области. В анализе не участвовали Магаданская область, Чукотский автономный округ и Еврейская автономная область, так как на этих территориях расположено незначительное количество предприятий инфраструктуры туризма: туристских фирм, гостиниц, специализированных средств размещения, что в итоге из-за особенностей методики интегральных оценок приведет к

несопоставимости результатов.

Для сравнения были выбраны 9 показателей, каждый из которых непосредственным образом характеризует ту или иную сторону туристской деятельности: количество гостиниц, доходы гостиниц и аналогичных средств размещения, коэффициент использования номерного фонда гостиниц, количество ССР, доходы ССР, коэффициент использования номерного фонда ССР, количество турфирм, выручка от оказания туристских услуг, стоимость реализованных турпакетов, число принятых туристов (граждан других стран) и число отправленных туристов (граждан России). Этот перечень показателей напрямую связан с туристской деятельностью регионов и их значения при сравнении способны оценить экономическое и социальное состояние туристской отрасли. На рисунке 1 представлены результаты расчетов интегральных коэффициентов по субъектам Дальневосточного федерального округа.

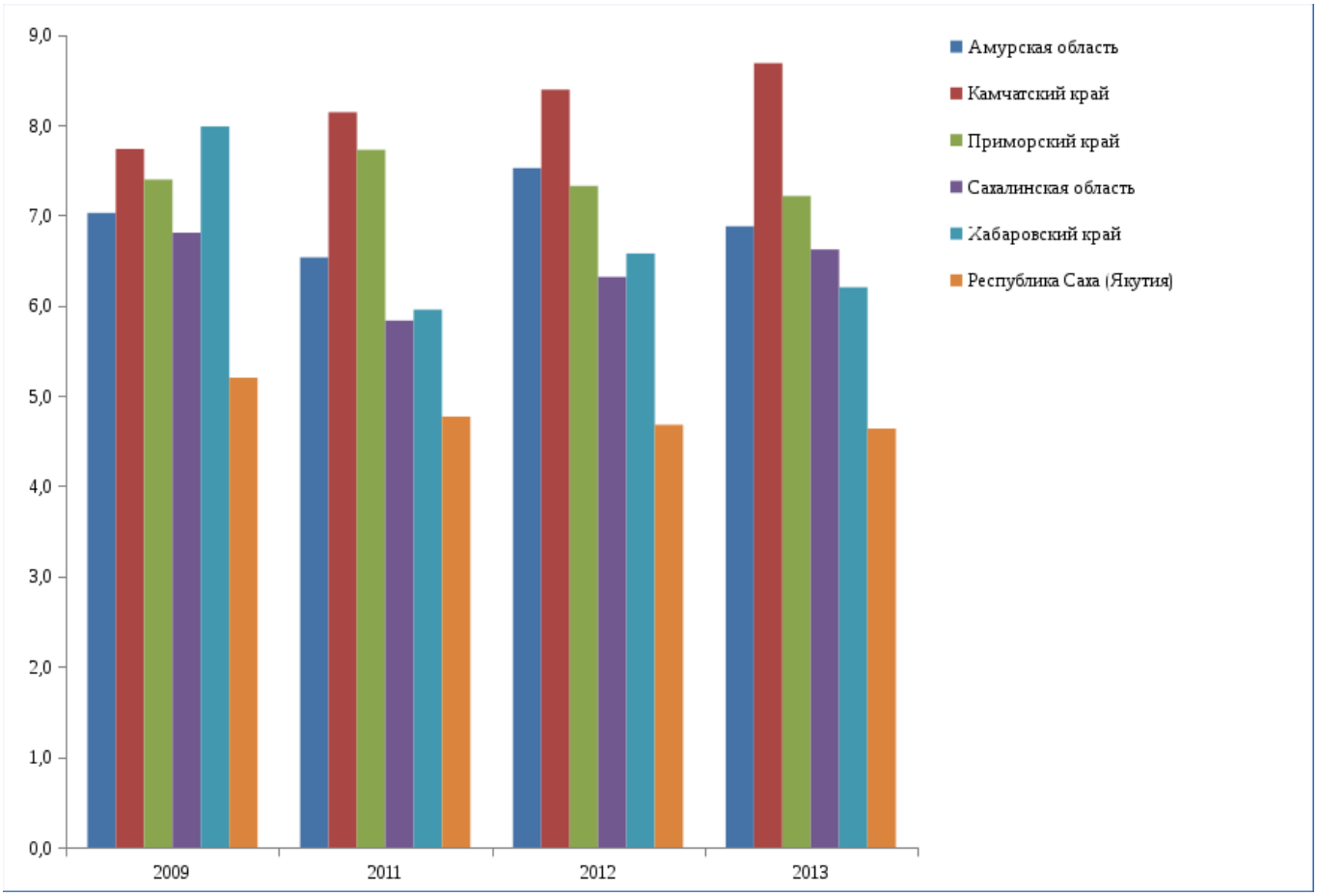


Рисунок 1 – Итоговый рейтинг субъектов ДФО по состоянию социальных и экономических составляющих туристской отрасли

По количеству гостиниц на тысячу человек населения вплоть до 2012 г. лидирующее место занимала Сахалинская область, опережая Камчатский край и Республику Саха (Якутия). В 2013 г. на первое место вышел Камчатский край. Хабаровский край в данном рейтинге занимал пятое место. По доходам гостиниц, аналогичных средств размещения и коэффициенту использования номерного фонда Хабаровский край имеет более высокие интегральные оценки. За период 2011-2013 гг. край занимал второе место в рейтинге.

Высокие доходы гостиниц Хабаровского края напрямую связаны со значениями коэффициента использования номерного фонда, по которому он в 2013 г. стал лидером, а прежде занимал второе место. Хорошее положение занимает по данному показателю Амурская область. Сахалинская область, наоборот, постепенно теряла свои позиции, переместившись в 2013 г. на последнее место в рейтинге.

По количеству СЗР Камчатский и Приморский края являются лидерами. Сахалинская область и Республика Саха (Якутия) – на протяжении всего анализируемого периода теряли свои позиции, став аутсайдерами. По показателю доходов СЗР также имеет наивысшие значения у Камчатского и Приморского краев.

По коэффициенту использования номерного фонда СЗР наивысшие значения у Сахалинской области. Республика Саха (Якутия) и Хабаровский край занимают 2 и 3 места рейтинга. Однако это связано, в первую очередь, не с большим количеством посетителей, а с меньшим количеством СЗР на тысячу человек населения. Поэтому статистически номерной фонд используется более эффективно.

Деятельность туристских организаций наиболее развита в Камчатском крае, о чем говорят показатели «Количество турфирм на тысячу человек населения» и «Выручка от оказания туристских услуг на тысячу человек населения». Хабаровский край в 2013 г. находился на втором месте, упрочив свои позиции по сравнению с 2011 и 2012 гг.

По стоимости реализованных турпакетов лидером так же является Камчатский край. Хабаровский край стабильно по этому показателю занимает третье место в рейтинге. Наименьшее значение принадлежит Республике Саха (Якутия). Очень важным показателем развития туризма, показывающим привлекательность территории, является число принятых туристов. В последние годы лидерство закрепилось за Амурской областью, которую посетили в 2012 и 2013 гг. 21,6 и 29,6 иностранных туристов, соответственно, на тысячу человек населения. Третье место было за Камчатским краем, а четвертое – Сахалинской областью.

По количеству отправленных туристов на тысячу человек населения бесспорный лидер – Приморский край. В 2013 г. этот показатель составил 132 туриста на 1000 человек населения. Превышение над Амурской областью, занимавшей второе место, в 1,6 раза. Хабаровский край – на третьем месте. Наименьшее количество туристов было отправлено с территории Камчатского края и Республики Саха (Якутия).

В целом по общим интегральным оценкам единоличным лидером за период 2011-2013 гг. является Камчатский край (таблица 1).

Таблица 1 – Общая интегральная оценка по субъектам Дальнего Востока

Наименование субъекта	2009	2011	2012	2013
Амурская область	7,03	6,53	7,52	6,88
	4	3	2	3
Камчатский край	7,74	8,14	8,39	8,69
	3	1	1	1
Приморский край	7,40	7,73	7,33	7,21
	2	2	3	2
Сахалинская область	6,81	5,83	6,32	6,62
	5	4	5	4
Хабаровский край	7,99	5,96	6,58	6,20

	1	5	4	5
Республика Саха (Якутия)	5,20	4,77	4,68	4,64
	6	6	6	6

Примечание: числитель – оценка, ед.; знаменатель – ранг.

Как видно из таблицы, за анализируемый период Камчатский край занимал первое место. В 2009 г., было, скорее, исключение, когда первое место перешло Хабаровскому краю, но это не связано с ухудшением туристической привлекательности территории. В целом лидирующие позиции субъекта связаны с постоянным развитием отрасли. Камчатский край привлекателен для туристов мягкостью климата и большим разнообразием активных видов отдыха (рыбалка, сплавы, охота, горные лыжи, сноубординг, восхождения на вулканы).

Второе место заслужено принадлежит Приморскому краю. Фактически это единственное место ДФО, где возможно, не покидая границы Российской Федерации, заниматься рекреационным туризмом. Приморский край имеет выход к теплому Японскому морю. Поэтому исторически именно здесь начала развиваться туристическая инфраструктура и сегодня на территории края находится самое большое количество ССР и гостиниц на Дальнем Востоке. Проигрывает Приморский край только по доходам от гостиниц и аналогичных средств размещения на тысячу человек населения. По факту данные показатели выше остальных регионов, но в сопоставимых цифрах величина доходов не достаточна на такой густонаселенный субъект с превосходными условиями для развития туристической деятельности.

Сахалинская область по итогам расчета общей интегральной оценки в 2011-2013 гг. занимала 4 и 5 места. Туризм области в большей степени носит деловой характер. Именно поэтому здесь самые высокие показатели дохода и количества гостиниц на душу населения. В свою очередь ССР явно не достаточно и количество принятых, отправленных туристов на тысячу человек населения имеют очень низкие значения Амурская область за последние три года занимала третье место. В основном это связано с ростом потока приезжих иностранных туристов.

Замыкающее место за Республикой Саха (Якутия). У данной территории самые низкие интегральные оценки. Она является безоговорочным аутсайдером данного рейтинга. Данная ситуация обусловлена низкими значениями по показателям количества и доходов туристских фирм, числа принятых и отправленных туристов.

Хабаровский край в 2011 и 2013 гг. был на пятой позиции. В целом такая позиция логична, так как конкурентоспособность по туристскому потенциалу территории достаточно низкая по сравнению с лидерами интегральной оценки. В Хабаровском крае, как и в Сахалинской области, преобладают туристские потоки с профессионально-деловыми целями. Большее количество предприятий инфраструктуры туризма сосредоточены в только в крупных городах – Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре. Остальная территория имеет слабый потенциал для приема российских и иностранных туристов. Не хватает гостиниц, ССР. Существуют логистические проблемы – железнодорожными и автомобильными путями достаточно обеспечена только южная часть края. Северная же, где сосредоточены основные природные туристические объекты, труднодоступна.

Как уже отмечалось выше, при оценке развитости отрасли туризма на исследуемой территории без организации специальных социологических исследований не обойтись. Связано это с тем, что статистической информации по туристской деятельности государства или отдельного региона просто недостаточно для построения сателлитного счета. Необходима конкретизация отдельных показателей.

Такое исследование было проведено в Хабаровском крае в октябре-ноябре 2014 г. Был опрошен 221 респондент. Аналогичный опрос проводился в 2009 г. Сопоставление результатов позволяет оценить изменения восприятия туристами туристических возможностей края в динамике.

Основной целью прибытия в край, как и в 2009 , так и в 2014 г., остается профессионально-деловая. Однако выросла доля приехавших на отдых (6,3 п.п.), в гости к родственникам и друзьям (1,1 п.п.) (рисунок 2). Появились категории останавливающихся в КСР, которые рассматривают Хабаровский край как потенциальное место жительства или в ходе путешествия подыскивают новое место трудоустройства. Пропаганда здорового образа жизни, увеличение количества профессионально-спортивных секций, проведение спортивных соревнований привело к увеличению доли путешествующих с целью участия и посещения спортивных мероприятий. Более чем в два раза вырос поток людей, для которых Хабаровский край является перевалочным пунктом (с 3,3 до 7,7%). Однако это свидетельствует лишь об усилении роли г. Хабаровска как транспортно-логистического центра.

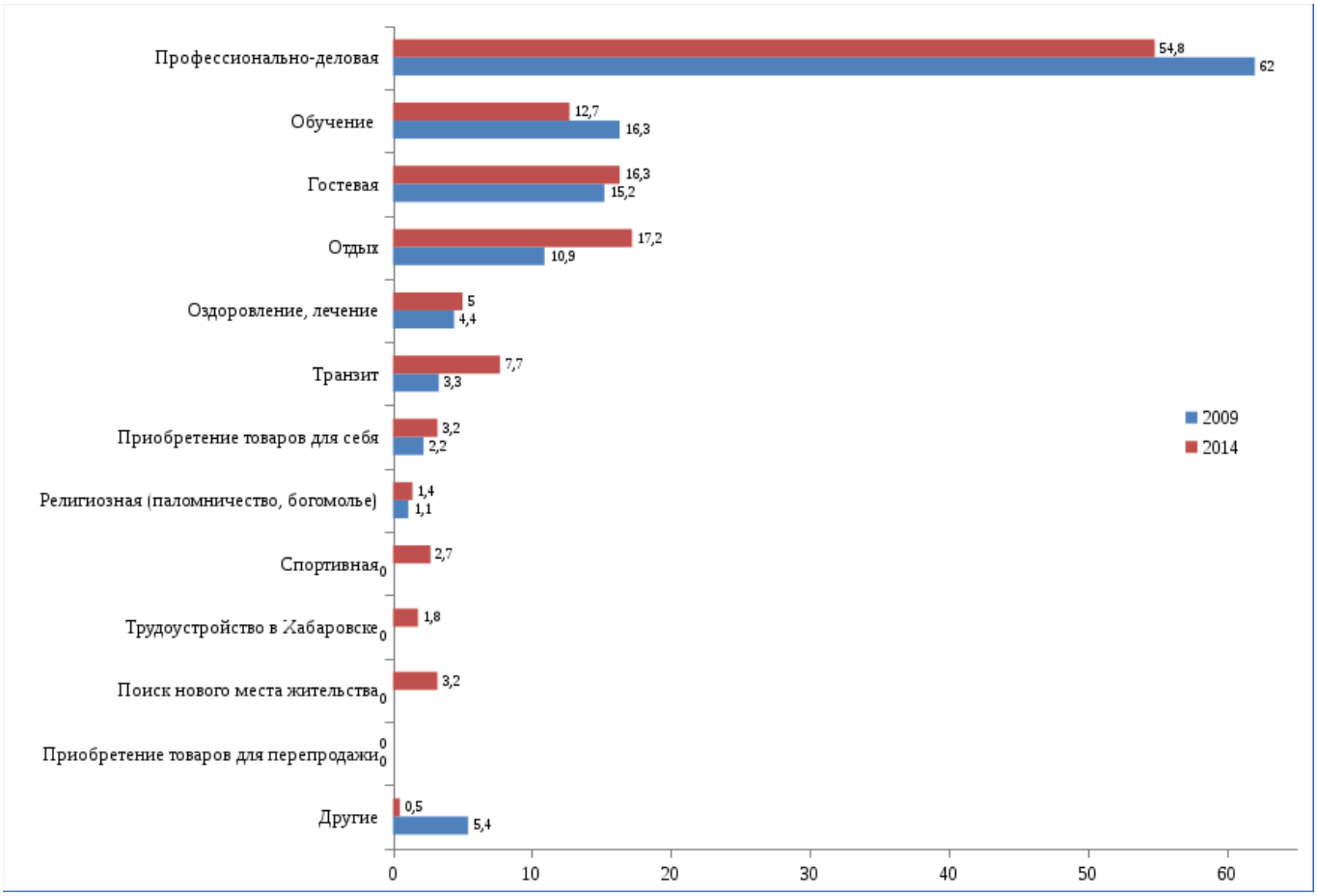


Рисунок 2 – Динамика целей прибытия респондентов в Хабаровский край, %

Срок пребывания туристов в КСР в основном не превышает двух недель (таблица 2) как в 2009, так и в 2014 г. Не смотря на значительное снижение (11 п.п.) самым популярным сроком пребывания остается 3-4 дня. Увеличилось количество пребывающих 5-7 дней (13 п.п.) и 1-2 недели (5 п.п.). Это связано с изменением структуры целей прибывающих.

Длительность, дн	2009	2014
1	3	9
2	28	18

3-4	38	27
5-7	10	23
1-2 недели	9	14
2 недели - месяц	8	5
1 месяц	3	3
2-3 месяца	1	1

Таблица 2 – Динамика длительности путешествия респондентов по Хабаровскому краю, %

Срок пребывания во многом определяет, сколько и каких туристических объектов может посетить путешественник. Несмотря на рост среднего времени пребывания туриста в крае, общее количество объектов, которые посетили или собирались посетить путешественники, снизилось (рисунок 3). Лидерство удерживают такие позиции, как экскурсии по городу (37,5%), посещение музеев (35,8%), кинотеатров (29,6%), театров (13,1%), выезды на природу (17,6%). Возросла заинтересованность активными видами отдыха: посещение горнолыжного комплекса «Холдоми», спортивно-туристической базы «Амут Сноу Лейк», туристического комплекса «Заимка», Шантарских островов, рыболовных туров, сплавов по рекам.

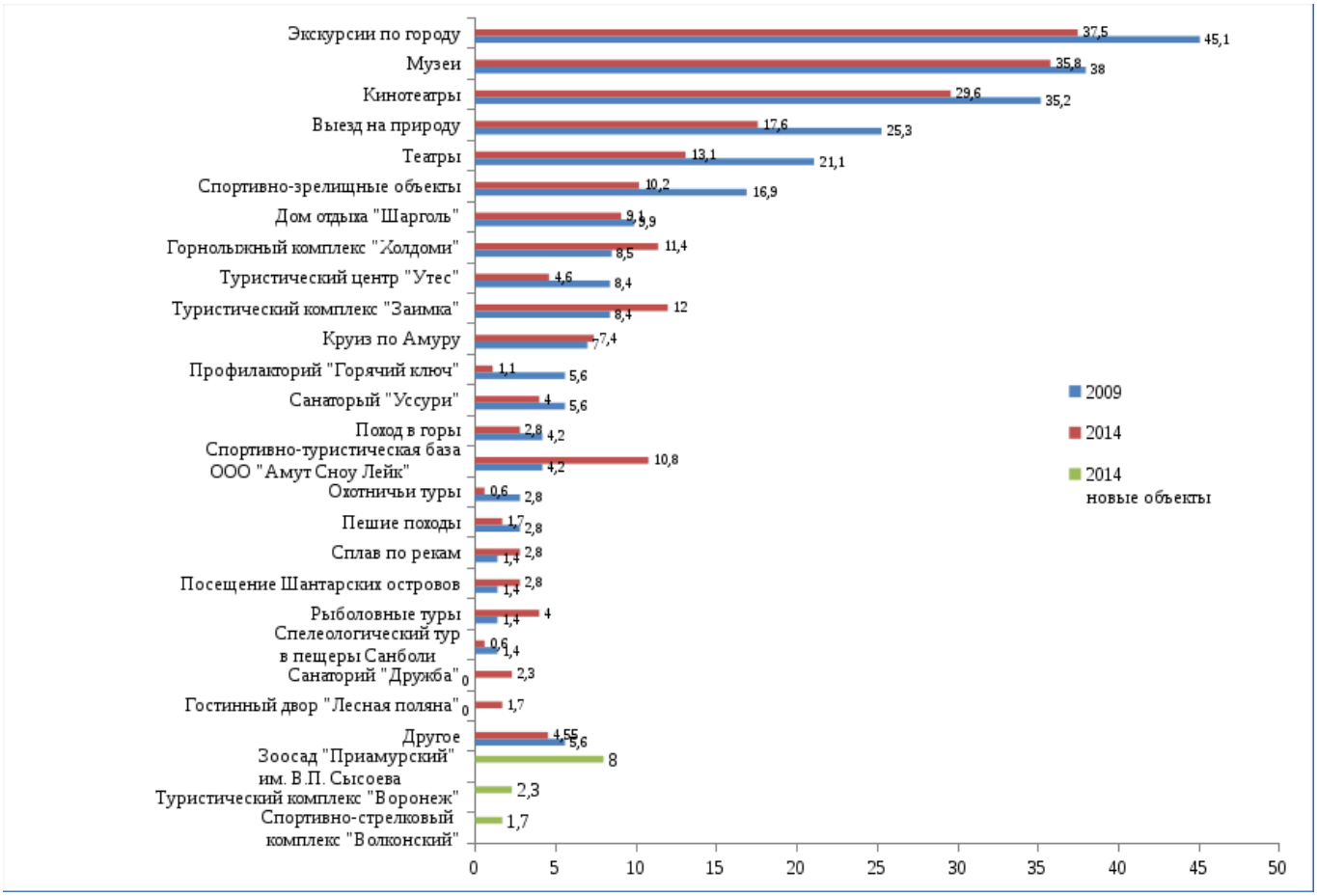


Рисунок 3 – Динамика доли респондентов, посетивших определенный туристский объект (мероприятие), %

В целом, большинство туристов (74%) довольны путешествием по Хабаровскому краю, как в 2009, так и в 2014 г. У 6% остались негативные впечатления. В качестве основных недостатков отмечается дороговизна путешествия по ключевым статьям: гостиницы, питание, магазины,

транспортные тарифы. Так же значительно, более чем в 2 раза, возросло недовольство работой городского транспорта. Вызывает недовольство отрасль развлечений: недостаток в интересных экскурсиях испытали 6,3% респондентов, узким спектр предлагаемых развлечений показался 7,7%, недостаточным количество услуг предлагаемых гостиницами оказалось для 4,1%.

За рассмотренный период доля тех, кто готов повторить поездку по Хабаровскому краю снизилась на 10 п.п. (с 82 до 72%). Количество предложений по развитию туристической сферы в Хабаровском крае снизилось. Причиной снижения заинтересованности может являться увеличение количества туристов прибывающих по направлению руководства компании из европейских регионов страны. Повторное посещение края для них будет являться затратным мероприятием, которое они не готовы оплачивать самостоятельно. Важным является появление ответов в категории «другое», основным среди которых является ответ «плохие дороги». Поскольку в опросе участвовали иностранные респонденты, стоит обратить внимание, на рост популярности предложения налаживать контакты с зарубежными туристскими фирмами.

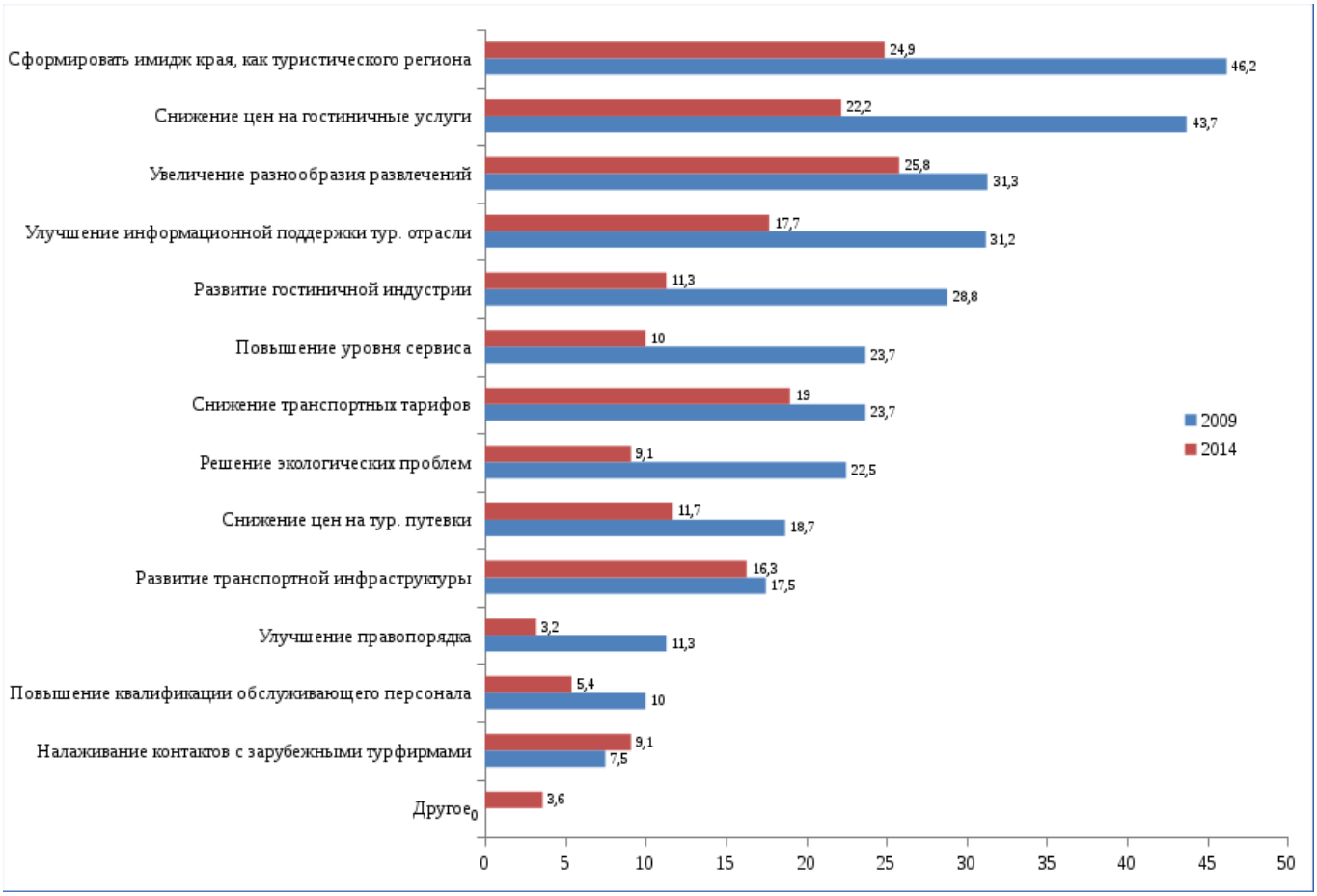


Рисунок 3 – Направления совершенствования туристской сферы Хабаровского края, %

Социологическое исследование показало, что в период с 2009 по 2014 гг. по оценкам туристов, останавливающихся в гостиницах края, значительных качественных изменений в туристской отрасли края не произошло. В основном это обусловлено недостаточным развитием инфраструктуры и дороговизной путешествия по Хабаровскому краю. Сумма среднесуточных затрат в фактически действующих ценах изменилась незначительно – с 5 477,27 до 5739,17. При этом 39% респондентов не готовы тратить в сутки более 2 тыс. руб. На оплату проживания и питания уходит 37,1% всех расходов. Высокие цены на первоочередные траты заставляют туристов экономить на развлечениях. В то же время опрошенные отметили, что в крае не хватает интересных направлений организации досуга. Увеличилось количество недовольных работой городского транспорта и величиной транспортных тарифов. Расходы на это направление составляют 4,3% среднедневных

трат.

Вместе с тем, социологический опрос туристов в 2014 г. показал, что негативными сторонами путешествия по Хабаровскому краю являются не только проблемы, непосредственно связанные с туристкой отраслью, но и общие социально-экономические проблемы субъекта. Несмотря на небольшое снижение, значительной остается доля тех, кто считает высокими цены на проживание в гостиницах (8,6%) и приобретение продуктов питания (13,6%), растет доля респондентов считающих, что цены в магазинах (14%) и ресторанах слишком высоки (12,7%).

В качестве основной проблемы туристами выделена работа транспорта. Неудовлетворительной и требующей решения ее посчитали 15,9% опрошенных. В свободной форме туристы выражали недовольство качеством дорог и их уборки, а так же отсутствием информационных табличек с подробным описанием маршрутов на остановках общественного транспорта. С учетом роста среди респондентов недовольных высокими транспортными тарифами (9%), можно говорить о высоком негативном влиянии транспортной отрасли края не только на его социально-экономическое развитие, но и на развитие туристической отрасли.

Несмотря на то что, респонденты отмечают нехватку интересных экскурсий и узкий спектр предлагаемых услуг, общее количество посещений туристических объектов падает. При этом растет заинтересованность спортивно-туристическими объектами и активным проведением отдыха. С 2009 по 2014 гг. количество и качество туристических продуктов изменилось незначительно. Это негативно сказывается не только на въездном, но и на внутреннем туризме и приводит к увеличению потока выезжающих в соседние регионы для проведения досуга.

Существующие туристические объекты и продукты преимущественно недостаточно освещены. Нехватку информации, в том числе на английском языке, отмечают как российские, так и иностранные туристы. Для решения проблемы необходимо установить информационные таблички на улицах города, указатели направления движения и информации об экскурсионных и туристических объектах, разместить путеводители по городу и краю с указанием достопримечательностей и мест отдыха на бесплатных стендах в аэропорту и на вокзалах, повышать уровень знания иностранных языков среди обслуживающего персонала гостиниц и туристических мест.

Таким образом, результаты социологического исследования в значительной степени подтверждают данные официальной статистки. Это, в свою очередь, говорит о репрезентативности полученных субъективных данных и о достаточной объективности низкого статистического рейтинга Хабаровского края среди других субъектов ДФО, рассмотренных в анализе.

В то же время существует ряд положительных изменений, как по данным статистики, так и выявленных через социологическое исследование: в сопоставимых данных растет количество гостиниц, увеличивается коэффициент использования номерного фонда в коллективных средствах размещения, отмечается рост продолжительности пребывания туристов на территории Хабаровского края, снижается доля расходов на размещение в гостинице и питание в среднесуточных тратах. Немаловажным фактором, является рост количества приезжающих отдыхать, а так же в поисках нового места жительства.