

УДК 379.85

doi: 10.20310/1819-8813-2017-12-4-12-17

ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

КАБАНОВА ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА

Российский государственный социальный университет,
г. Москва, Российская Федерация, e-mail: KabanovaEE@rgsu.net

ВЕТРОВА ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА

Российский государственный социальный университет,
г. Москва, Российская Федерация, e-mail: EAVetrova@yandex.ru

В настоящее время сфера туризма является одним из важных направлений, влияющих на рост социально-экономического развития территории. Развитие туристической индустрии имеет мультипликативный эффект и способствует развитию таких сфер бизнеса, как услуги туристических компаний, гостиничной отрасли, транспорта, связи, объектов общественного питания и торговли, производства сувениров и продукции народно-художественных промыслов, сельского хозяйства, строительства. Таким образом, развитие туризма имеет большое значение как для общества и государства в целом, так и для региона и муниципальных образований в частности. В последние годы на туристском рынке отмечается рост конкуренции между регионами и туристскими продуктами, что создает условия для распространения практики наступательного маркетинга с использованием информационно-коммуникационных технологий. Широкое распространение получают современные информационные порталы для туристов с виртуальными экскурсиями и прогулками, созданием панорамных изображений, виртуальных реконструкций событий, публикацией интерактивных карт с объемными изображениями, мультимедийными проектами. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г. подчеркивается, что туризм является экономически выгодной и экологически безопасной отраслью национальной экономики, существенным звеном инновационного развития страны. Россия обладает множеством культурных, исторических ценностей и достопримечательностей, имеются возможности развивать разные виды внутреннего и въездного туризма: научный, религиозный, спортивный, экскурсионный и многие другие. Природные богатства страны находятся на 4-ом месте, а объекты всемирного культурного наследия – на 13-ом. Ежегодно Россия может принимать у себя около 70 млн туристов, но на сегодняшний день данный потенциал используется лишь на 30 %. В статье представлен анализ основных туристических возможностей Владимирской области. Эмпирической базой стали результаты исследования, проведенного среди туристов, посещающих Владимирскую область.

Ключевые слова: туризм, туристические возможности, туристический потенциал, туристический поток, туристы, Владимирская область

Развитие туризма имеет мультипликативный эффект и предполагает развитие таких сфер бизнеса, как услуги туристических компаний, коллективных средств размещения, транспорта, связи, питания и торговли, производства сувениров и продукции народнохудожественных промыслов, сельского хозяйства, строительства и других отраслей [1]. Роль туристической отрасли в мире постоянно возрастает, что связано со значительным уровнем ее влияния на экономику отдельной страны. Так, например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг в Австрии составляет 11,8 %, Португалии – 14,9 %, Испании – 18,3 %, Греции – 33,6 %, на Кипре – 53 %. В таких странах мира как Коста-Рика, Перу, Индия, Египет, Парагвай на до-

лю иностранного туризма приходится от 10 до 15 % доходов от экспорта товаров и услуг [2]. Туристическую сферу следует рассматривать не только в экономическом аспекте, в частности, как источник налоговых поступлений в бюджет, но и в социальном - как создание условий для реализации потребностей личности в отдыхе, приобщения к историческим ценностям и природному потенциалу, познания истории, культур, религии, традиций [3; 4]. Для формирования деятельности органов власти по развитию сферы туризма по Владимирской области сформируем сильные и слабые стороны туристического потенциала. Комплексный анализ туристических возможностей Владимирской области можно представить в виде SWOT-анализа (табл. 1).

Таблица 1

Комплексный анализ туристических возможностей Владимирской области (SWOT-анализ)

Сильные стороны	Слабые стороны
– большое количество памятников архитектурно-исторического и культурного значения мирового масштаба; – действие региональных и муниципальных программ по развитию туризма; – активная реализация программ продвижения туризма; – содействие органов власти продвижению туризма; – близость к Москве и наличие транспортных путей сообщения	– низкий уровень развития социально-бытовой культуры; – высокий уровень цен для российских туристов немосковского региона; – низкий уровень подготовки кадров для туристской отрасли; – недостаточность гостиничного фонда
Возможности	Угрозы
– создание туристского кластера и увеличения притока иностранных туристов в 3,5 раза, российских туристов в 10 раз; – создание на территории культурного заповедника; – потребительская способность населения имеет тенденции к возрастанию; – рост интереса к культуре и культурному наследию России; – объективная тенденция роста внутреннего туризма в России	– разрушение архитектурных памятников; – создание неблагоприятного имиджа территории; – динамика спада инвестиций в развитие туризма

Иностранные путешественники чаще всего узнают о городах от туроператора и предпочитают посещать Золотое кольцо вместе с семьей, причем на автобусе или теплоходе. Однако надолго гости не задерживаются. Во Владимире и Суздале максимально они остаются на 2-3 дня, в других городах меньше. Иностранцам нравятся сувениры, гостеприимство и экскурсионные программы. Недовольство вызывает транспортное обслуживание, бытовое благоустройство и неразвитость инфраструктуры. Причем больше всего претензий к Владимиру, меньше к Суздалю. А вот соотечественники восхищаются не сувенирами, а архитектурой, музеями и красотами природы, предпочитают путешествовать на автобусе с друзьями.

Наибольшее представительство среди иностранных граждан имеют украинцы (21,5 %), белорусы (12,7 %) и немцы (27,3 %). В то время как основной поток российских туристов приходится на жителей близлежащих городов и областей, по отношению к Владимирской области: Москва и Московская область (37,4 %), Иваново и Ивановская область (14,4 %), Кострома и Костромская область (10,7 %).

Основной туристический поток области формируют жители Москвы и Московской области, а также регионы, находящиеся в непосредственной близости от Владимира. Поток иностранных туристов за последние два года претерпел некоторые изменения. Значительно сократилось количество туристов из Великобритании (с 21,0 % до 0,7 %) и США (с 41,0 % до 0,7 %). Их место в структуре туристического потока в 2013 г. заняли граждане Германии (27,3 %), Украины (21,5 %) и Белоруссии (12,7 %). Среди всех респондентов 76,6 % впервые посетили Владимирскую область. Лишь 14,5 % иностранцев и 21,6 % россиян прежде посещали область в качестве туристов.

Владимирская область является важной для России туристской территорией, обладающей значительными рекреационными ресурсами и большим потенциалом для дальнейшего развития туризма. Регион входит в маршрут «Золотое кольцо России». К основным туристическим территориям, которые чаще всего посещают, относятся города Владимир и Суздаль, которые входят во Владимиро-Суздальский музей-заповедник, насчитывающий восемь объектов туристического потенциала всемирного наследия ЮНЕСКО.

Для анализа существующих проблем в области развития туризма во Владимирской области был проведен опрос населения в городах Владимир и Суздаль. Первый блок анкеты был направлен на выявление таких характеризующих фактов, как: причины, планы и цели посещения Владимирской области, частоту путешествий, представленность туристического продукта региона на российском и международных рынках. Для начала респондентам было предложено ответить на вопрос, относительно частоты путешествий по территории России в целом. В результате, 70 % россиян путешествуют в пределах своей страны реже 1 раза в год, в свою очередь иностранные туристы посещают Россию также реже одного раза за тот же период. Лишь 7,4 % среди всех респондентов путешествуют более одного раза в месяц (рис. 1).

Среди всех респондентов 76,6 % указали, что впервые посетили Владимирскую область лишь 14,5 % иностранцев и 24,3 % россиян прежде посещали область в качестве туристов (рис. 2).

Среднее время пребывания на территории Владимирской области составляет около 1-2 дней (89,5 %). Лишь каждый десятый турист планирует провести в регионе более трех дней. Стоит отметить, что однодневные туры наиболее популярны среди путешествующих по Владимирской области в 2016 г. (табл. 2).

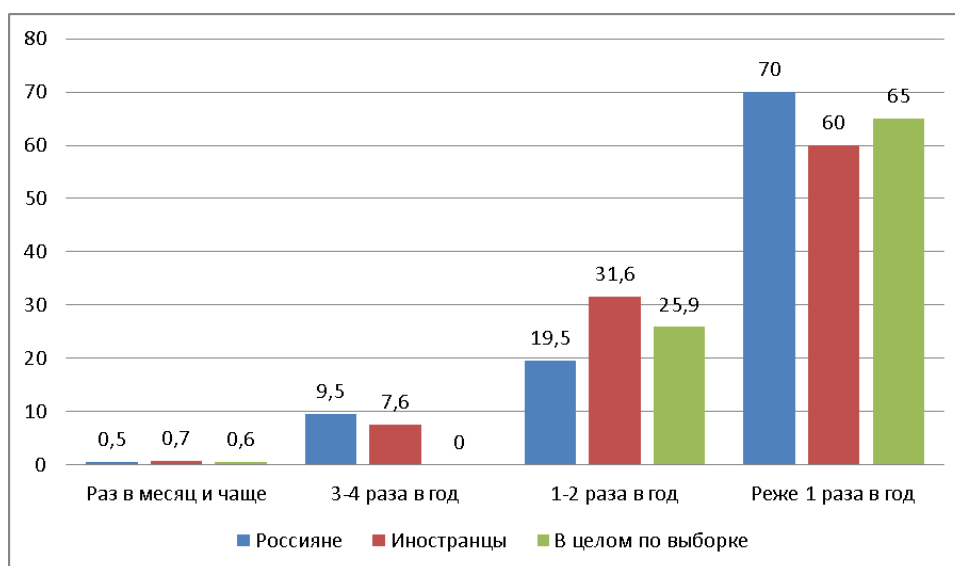


Рис. 1. Частота путешествий по территории России, %

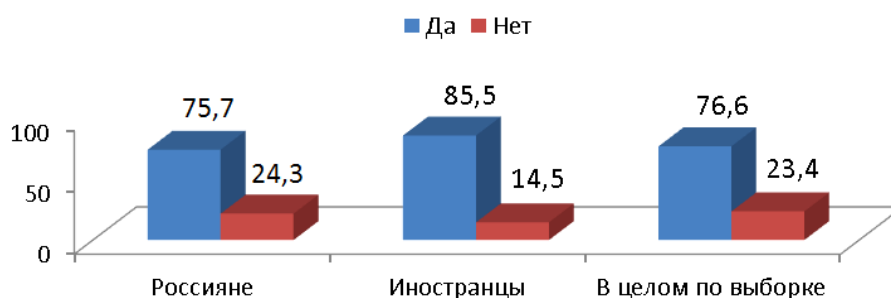


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Вы впервые посетили Владимирскую область?», %

Таблица 2

Среднее время пребывания на территории Владимирской области 2016 г., %

	2016 г.		
	Россияне	Иностранцы	В целом по выборке
1 день	65,4	70,9	66,7
2 дня	24,4	16,4	22,6
3 дня	8,2	9,8	8,6
от 4 дней и более	2,0	2,9	2,1

Для выявления общей оценки удовлетворенности туристов от отдыха на территории Владимирской области в анкету был включен блок вопросов, посвященных данной тематике. В первую очередь респондентам предлагалось указать первое впечатление от города. Так, у 56 % опрошенных туристов сложилась положительная оценка (рис. 3). Многим понравились красота и чистота региона, в свою очередь, иностранцы по достоинству оценили исторические памятники и музеи. Однако туристы, у которых первое впечатление оказалось скорее негативным (9,5 %), указывали дороговизну отдыха.

Также было установлено, что 82,3 % гостей региона порекомендовали бы своим близким Владимирскую область для посещения, а 76,6 % хотели бы еще раз сюда вернуться.

Для того чтобы определить более дифференцированную оценку общего уровня качества предоставляемых услуг в регионе, респондентам было предложено дать отдельную оценку по каждому из 12 показателей туристической деятельности с помощью 10-бальной шкалы, где 1 – «очень плохо», 10 – «очень хорошо». В результате были выведены средние оценки по каждому из показателей (табл. 3).

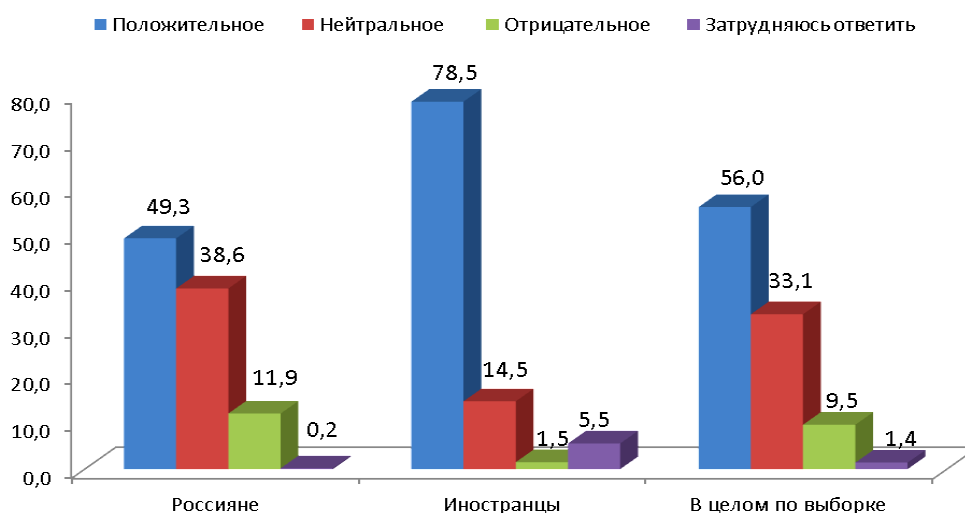


Рис. 3. Общее впечатление туристов от первого посещения области, %

Таблица 3

Уровень качества обслуживания на территории Владимирской области, средний балл

Наименование услуги	Россияне	Иностранцы	В целом по выборке
Экскурсовод	8,6	9,1	8,7
Экскурсионная программа	8,6	9,0	8,8
Отношение к гостям сотрудниками музеев	9,2	9,8	9,5
Сувениры	8,4	8,7	8,6
Печатная продукция о городе (открытки, буклеты)	8,5	8,8	8,6
Качество номеров и обслуживание в гостинице	7,8	7,3	7,6
Питание в гостинице	7,2	7,3	7,3
Питание и обслуживание в ресторанах, кафе	8,3	8,5	8,4
Общее благоустройство города (газоны, дороги, освещение и т. п.)	9,1	8,8	9,0
Отношение коренного населения к туристам	8,1	8,2	8,1
Безопасность отдыха	8,7	8,5	8,6
Транспортное обслуживание	7,4	8,4	7,9

Примечание: чем больше значение индекса, тем выше уровень качества обслуживания.

По данным, представленным в таблице 3, можно сделать вывод, что такие параметры, как «отношение к гостям сотрудниками музеев» (9,5), «сувениры» (8,6), «печатная продукция» (8,6), «общее благоустройство города» (9,0), «безопасность отдыха» (8,6), а также «отношение коренного населения к туристам» (8,1) были оценены туристами на высоком уровне. Относительно проблемными зонами организации отдыха по данным опроса можно считать питание (7,3) и обслуживание (7,6) в гостиницах, а также транспортную отрасль (7,9).

Таким образом, на основании проведенного социологического исследования можно сделать следующие выводы:

1. Социально-демографический портрет туриста на территории Владимирской области вы-

глядит следующим образом: это работающее население от 20 лет, зачастую с высшим или средним специальным образованием, состоящие в браке и предпочитающие путешествовать со своей второй половинкой. В свою очередь, среди иностранных граждан наблюдается равномерное распределение гендерной структуры туристического потока. В то время как среди российских туристов чаще встречаются женщины.

Что касается распределения туристического потока по образованию среди российских и иностранных туристов, то значимых различий по данному критерию выявлено не было. Стоит отметить, что большинство путешествующих иностранцев принадлежат к старшей возрастной категории (от 50 лет). Среди россиян по данному показателю наблюдается равномерное распределение по всем

возрастным группам. Каждый пятый турист Владимирской области является пенсионером. Среди иностранцев большую часть составляют работающие люди (62,2 %), немаловажной частью российских туристов являются студенты (22,1 %).

2. Основной поток туристов составляют россияне, жители близлежащих городов: Москва, Иваново, Вологда, Тверь, Владимир, Кострома. В свою очередь, основная масса иностранных туристов приходится на граждан Украины, Белоруссии и Германии.

3. Более 70 % респондентов ответили, что путешествуют по территории России – реже одного раза в год.

4. Более половины респондентов (60,2 %) впервые получили информацию о городах Владимирской области из различных книг или учебников в юном возрасте.

5. Основной целью посещения Владимирской области для иностранных туристов является получение новых знаний, а для россиян – отдых.

6. Подавляющее большинство туристов используют автобусы и личные автомобили для того, чтобы добраться до того или иного туристического центра Владимирской области.

7. Средняя продолжительность пребывания респондента на территории Владимирской области составляет не более двух дней.

8. Основная масса гостей региона порекомендовали бы своим близким Владимирскую область для посещения, кроме того, следует отметить, что значительная часть респондентов (76,6 %) хотела бы еще раз сюда вернуться.

9. Уровень качества обслуживания на территории Владимирской области находится в пределах 8,4 балла (из 10 возможных), и может быть интерпретирован как «хороший».

10. Большинство российских туристов не останавливаются на ночлег, в то время как более половины иностранцев пользуются услугами гостиниц Владимирской области.

11. Более половины россиян путешествуют самостоятельно, однако иностранные туристы зачастую прибегают к использованию услуг туроператоров.

12. Проанализировав структуру возможных расходов на путешествие по Владимирской области, стоит подчеркнуть, что россияне планируют

больше денег потратить на питание и проживание, а иностранные туристы нацелены тратить преимущественно на сувениры и концертные программы.

Литература

1. Ветрова Е. А., Егоршев И. А. Проблемы устойчивого развития туризма Владимирской области // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 8-7. С. 20-25.

2. Вершинина Е. Д. Туризм в жизни общества и его значение в решении социальных и экономических проблем // Электронный журнал «Экономика и социум». 2013. № 2 (7). URL: www.iupr.ru (дата обращения: 24.03.2017).

3. Кабанова Е. Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Москва, 2016. С. 3.

4. Фролова Е. В., Кабанова Е. Е. Развитие туристической привлекательности российских территорий: современные тенденции и управленческие практики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 1(43). С. 153-169.

References

1. Vetrova E. A., Egorshv I. A. Problemy ustojchivogo razvitiya turizma Vladimirskoj oblasti [Problems of sustainable development of tourism of the Vladimir region] // Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologij. 2015. № 8-7. S. 20-25.

2. Vershinina E. D. Turizm v zhizni obshchestva i ego znachenije v reshenii sotsial'nykh i ekonomicheskikh problem [Tourism in life of society and its value in the solution of social and economic problems] // Elektronnyj zhurnal «Ekonomika i sotsium». 2013. № 2 (7). URL: www.iupr.ru (data obrashheniya: 24.03.2017).

3. Kabanova E. E. Upravleniye razvitiyem turisticheskoy privlekatel'nosti munitsipal'nykh obrazovaniy Rossijskoj Federatsii: sotsiologicheskij analiz [Management of development of tourist appeal of municipal units of the Russian Federation: sociological analysis]: avtoref. dis. ... kand. cotsiol. nauk. Moskva, 2016. S. 3.

4. Frolova E. V., Kabanova E. E. Razvitiye turisticheskoy privlekatel'nosti rossijskikh territorij: sovremennye tendentsii i upravlencheskiye praktiki [Development of tourist appeal of the Russian territories: current trends and administrative practices] // Ekonomicheskiye i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz. 2016. № 1(43). S. 153-169.

* * *

ASSESSMENT OF TOURIST OPPORTUNITIES OF THE VLADIMIR REGION

KABANOVA ELENA EVGENYEVNA

Russian State Social University,
Moscow, the Russian Federation, e-mail: KabanovaEE@rgsu.net

VETROVA EKATERINA ALEKSANDROVNA

Russian State Social University,
Moscow, the Russian Federation, e-mail: EAVetrova@yandex.ru

Now the sphere of tourism is one of the important directions influencing growth of social and economic development of the territory. Development of the tourist industry has multiplicative effect and contributes to the development of such spheres of business as services of the tourist companies, hotel branch, transport, communication, objects of public catering and trade, production of souvenirs and production of national and art crafts, agricultural industry, construction. Thus, development of tourism is of great importance both for society and the state in general, and for the region and municipal units in particular. In recent years at the tourist market there is growth of the competition between regions and tourist products that creates conditions for distribution of practice of offensive marketing with use of information and communication technologies. Modern information portals for tourists with virtual excursions and walks, creation of panoramic images, virtual reconstruction of events, the publication of interactive maps with volume images, multimedia projects have wide adoption. In the Concept of long-term social and economic development of the Russian Federation until 2020 it is emphasized that tourism is economic and ecologically safe branch of national economy, an essential link of innovative development of the country. Russia has a set of cultural, historical values and sights, there are opportunities to develop different types of internal and entrance tourism: scientific, religious, sports, excursion and many others. Natural wealth of the country is in the 4th place, and objects of the world cultural heritage – in the 13th. Annually Russia can receive about 70 million tourists, but today this potential is used only for 30%. In the article authors presented the analysis of the main tourist opportunities of the Vladimir region. Results of the research conducted among the tourists visiting the Vladimir region became empirical base.

Key words: tourism, tourist opportunities, tourist potential, tourist flow, tourists, Vladimir region

Об авторах:

Кабанова Елена Евгеньевна, кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и административного управления Российского государственного социального университета (РГСУ), г. Москва

Ветрова Екатерина Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и административного управления Российского государственного социального университета (РГСУ), г. Москва

About the authors:

Kabanova Elena Evgenyevna, Candidate of Sociology, Senior Teacher of the Management and Administrative Management Department, Russian State Social University (RSSU), Moscow

Vetrova Ekaterina Aleksandrovna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Management and Administrative Management Department, Russian State Social University (RSSU), Moscow