

Подводя итог, можно сказать, что работа в социальных сетях является важным инструментом маркетинговой коммуникации в индустрии туризма, использование которого влияет на успех и процветание компании в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Артамонова М. В., Верин А. А., Ерзина Е. И. Интеграция культурного наследия в сферу регионального туризма // Сервису и туризму — инновационное развитие : материалы VII Междун. науч.-практ. конф. / отв. ред. проф. Т. С. Комиссарова. — СПб., 2015. — С. 33–38.
2. Артамонова М. В., Лихтанская О. И. Качество услуг как основа конкурентоспособности на рынке // Развитие и продвижение туристско-краеведческих ресурсов региона : материалы III науч.-практ. конф. — Новосибирск, 2012. — 196 с.
3. Ефремова Е. Г., Белова С. В., Артамонова О. Г. Инновационные технологии развития трансграничного туризма // Сервису и туризму — инновационное развитие : материалы VII Междун. науч.-практ. конф. / отв. ред. проф. Т. С. Комиссарова. — СПб., 2015. — С. 27–33.
4. Кусина О. А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч // Креативная экономика. — 2013. — № 1 (73). — С. 118–123.
5. Сафронова З. А., Лихтанская О. И., Ефремова Е. Г. Применение интерактивных методов при проведении экскурсий в краеведческом музее // Баландинские чтения. — 2013. — № 1. — С. 274–276.

УДК 379.851

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ВАЖНЕЙШИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ

И. И. Золотарев, Е. О. Ушакова

Сибирский государственный университет геосистем и технологий, Новосибирск

DEFINITION AND MAJOR CHARACTERISTICS OF TOURISM RESOURCES

I. I. Zolotarev, E. O. Ushakova

Выполнен терминологический анализ, уточнены определения понятий «туристские ресурсы» и «рекреационные ресурсы». Предложены характеристики туристских ресурсов, параметры их оценки и ограничения использования как основа для их классификации.

Ключевые слова: туризм, рекреация, терминология, ресурсы, характеристика ресурсов, классификация.

Authors completed analysis of terminology, clarified the definitions “tourism resources” and “recreational resources”, proposed characteristics of tourist resources, parameters of evaluation and limitations of use as the basis for their classification.

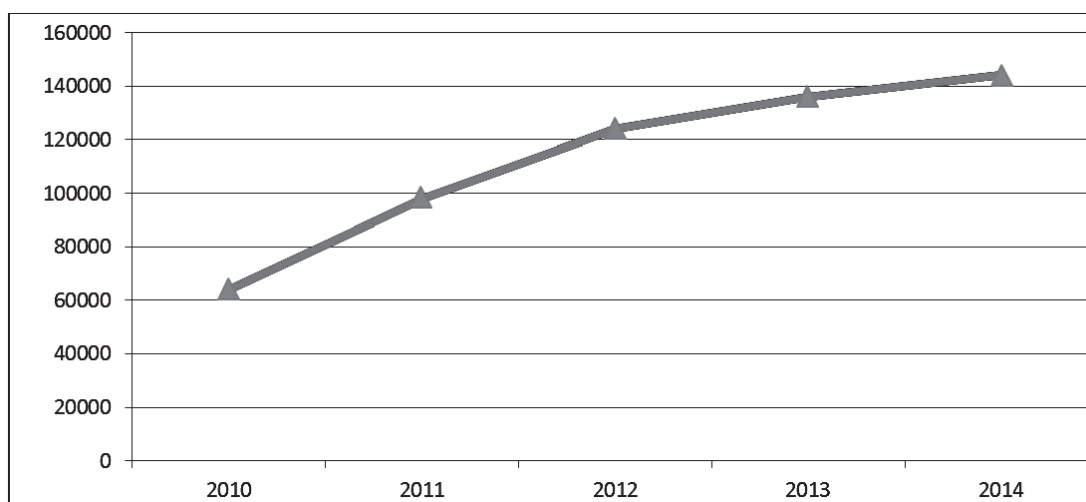
Key words: tourism, recreation, terminology, resources, resource characteristics, classification.

В российской экономике туризм является одной из молодых, развивающихся отраслей, соответствующих общим тенденциям структурного развития. Эта специфическая отрасль экономики включает в себя деятельность туристских предприятий по предоставлению комплекса или отдельных услуг туристам и продаже туристских товаров в целях удовлетворения потребностей человека, возникающих в период его путешествия (поездки) [4]. Сфера туризма, кроме туристской отрасли, охватывает ряд смежных отраслей, а именно: деятельность санаторно-курортных предприя-

тий, коллективных средств размещения, предприятий питания, экскурсионного обслуживания, досуговой сферы и др. Кроме того, участниками туристского обслуживания становятся транспортные предприятия, предприятия бытовой сферы и жилищно-коммунального хозяйства, предприятия легкой и пищевой промышленности, торговые предприятия, страховые компании и банки, фармацевтические предприятия и др. Таким образом, сферу туризма можно рассматривать как межотраслевой комплекс, позволяющий получить мультипликативный эффект и обеспечить социально-экономическое развитие региона.

Наиболее убедительным аргументом в пользу развития туристской отрасли в регионе является ее положительное воздействие на экономику. Оно способствует эффективному использованию природно-ресурсного потенциала регионов страны, решению проблем занятости населения, привлечению инвестиций в экономику. Развитие внутреннего туризма позволяет организовать отдых местного населения, удовлетворить потребности в культурном развитии и воспитании подрастающего поколения и др.

За последние годы в Российской Федерации происходят положительные изменения по развитию внутреннего и въездного туризма. Это подтверждает динамика объемов платных услуг средств размещения. По данным Федеральной службы государственной статистики, за период с 2010 по 2014 г. объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в Российской Федерации увеличился более чем в 2 раза и составил 140 млрд руб. (рис.). Объем внутреннего туристского потока в Российской Федерации в 2014 г. увеличился на 30% и составил 41,5 млн чел.



Динамика оказания платных услуг размещения туристов в Российской Федерации в 2010–2014 гг., тыс. руб.

В 2014 г. объем внутреннего туристского потока в Российской Федерации увеличился на 30% и составили 41,5 млн чел. Как видно, преимуществ развития сферы туризма достаточно для того, чтобы региональные и местные органы власти более активно включали туризм в программы социально-экономического развития. Для обоснования управленческих решений в сфере развития туризма необходимо изначально объективно оценивать имеющийся ресурсный потенциал.

Практически каждый регион Российской Федерации обладает определенными ресурсами для развития сферы туризма. Но при планировании развития сферы туризма необходимо учитывать природно-климатические условия, исторические предпосылки развития регионов, их индустриальное развитие, а также элементы институциональной среды, влияющей на развитие сферы туризма.

Как правило, расположение привлекательных туристских зон на территории конкретного региона носит очаговый характер, так как центры туризма тяготеют к привлекательным природным и историко-культурным объектам, но требуют наличия инфраструктурных объектов. Следовательно, оценка ресурсов региона должна проводиться в разрезе муниципальных образований.

Важно отметить, что развитие регионального, внутреннего туризма является важной задачей государства. Это отражено в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Федерации» [6], в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года [7], в федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [8].

К сожалению, туризм в Российской Федерации пока не относится к числу высокоразвитых отраслей. Но в связи с кризисом отрасли на рынке выездного туризма, начавшимся в 2014 г. и продолжающимся в настоящий момент, а также со сложной экономической ситуацией в стране направления внутренних туристских потоков постепенно увеличиваются, охватывая все большее количество регионов. Однако пока далеко не все регионы способны в полной мере использовать потенциал имеющихся туристских ресурсов в целях оздоровления региональной экономики. По статистическим данным, вклад туризма в национальную экономику явно недостаточен (всего 1,8% от ВВП по состоянию на 01.09.2015) [2].

По нашему мнению, основными препятствиями для развития внутреннего туризма в Российской Федерации являются:

- отсутствие эффективных рычагов государственного регулирования сферы въездного и внутреннего туризма, в том числе недостаточная поддержка малого бизнеса на региональном уровне;
- слабая инвестиционная активность;
- неразвитый потенциал ресурсов развития сферы туризма в большинстве регионов страны, особенно в отдаленных от центров муниципальных образованиях;
- высокая стоимость, но при этом низкое качество оказываемых услуг;
- техническое несовершенство инфраструктуры;
- неэффективное продвижение регионального туристского продукта и др.

Для развития туризма необходимы формирование благоприятной институциональной среды на государственном, региональном и муниципальном уровнях, а также научно обоснованная оценка потенциала ресурсов территории.

Любой ресурс — это запас, источник, средство, количественная мера возможности выполнения какой-либо деятельности; условия, позволяющие с помощью определенных преобразований получить желаемый результат.

В туризме ресурсы необходимы для оказания отдельных услуг и создания комплексного туристского продукта. Для того чтобы понять сущность туристских ресурсов и определить их отличие от рекреационных, сопоставим понятия «туризм» и «рекреация».

В процессе анализа литературных источников выявлено, что понятие «туристские ресурсы» очень тесно связано с понятием «рекреационные ресурсы», а в некоторых источниках эти виды ресурсов отождествляются [5]. Это не совсем правильно, так как «туризм» и «рекреация» — это понятия, разные по сути. Обратим внимание на различную трактовку обозначенных дефиниций.

В Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» прописано, что «туризм — это временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [6].

Рекреация (от лат. *recreation* — восстановление) — это комплекс оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления нормального самочувствия и работоспособности здорового, но утомленного человека [9]. Рекреация обычно определяется как отдых, восстановление сил человека, израсходованных в процессе труда. Следовательно, данное понятие охватывает все виды отдыха: санаторно-курортное лечение, туризм и др. Специализированными предприятиями для рекреации считаются санатории, профилактории, пансионаты. Но для рекреации не всегда обязательно преодолевать расстояние, как в туризме. Например, отдохнуть от работы можно во время производственных пауз. Это одно из главных отличий рекреации от туризма. Кроме того, туризм связан не только с отдыхом и восстановлением сил человека, но и с получением различных впечатлений от реализации целей туризма (познавательных, спортивных, развлекательных и др.).

Итак, туризм может являться частью рекреационной деятельности в случае, если реализуются цели отдыха и восстановления душевных и физических сил.

В связи с указанием отличий терминов «туризм» и «рекреация» следует провести различия и между дефинициями «туристские ресурсы» и «рекреационные ресурсы». В Федеральном законе «Об ос-

новах туристской деятельности в Российской Федерации» туристские ресурсы определяются как природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты культурного показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил [6].

Рекреационные ресурсы определяются как совокупность природно-климатических, бытовых, культурных, оздоровительных, познавательных, исторических и иных ресурсов, которые используются либо могут использоваться для предоставления рекреационных услуг в процессе рекреационной деятельности [1].

В научной литературе по туризму нередко происходит подмена понятий «туристские ресурсы» и «рекреационные ресурсы», часто встречается термин «туристско-рекреационные ресурсы» [3]. Учитывая возможность использовать туристскую отрасль для социально-экономического развития региона, не будем отождествлять понятия «туристские ресурсы» и «рекреационные ресурсы». Отличия дефиниций «туристские ресурсы» и «рекреационные ресурсы» имеют прямое влияние на подход к классификации ресурсов территории, используемых для развития сферы туризма. Если говорить о сфере туризма, то ресурсы санаторно-курортной сферы обычно включают в инфраструктуру туризма, следовательно, используют для создания туристского продукта. Нами они будут учтены при классификации ресурсов территории для развития сферы туризма.

Анализ терминологического аппарата показал, что наличие туристских ресурсов не дает гарантии успешного развития их потенциала на определенной территории, так как не учитывает возможности использовать их как ресурсы развития. Именно ресурсы территории для развития сферы туризма позволяют вносить значительный вклад в социально-экономическое развитие региона, способствуют получению мультипликативного эффекта от туристской деятельности. Учитывая вышесказанное, предлагаем уточнить дефиницию «ресурсы территории для развития сферы туризма».

Итак, по нашему определению, ресурсы территории для развития сферы туризма — это совокупность природно-климатических, историко-культурных и социально-экономических объектов, факторов и условий, используемых для создания конкурентоспособного туристского продукта, реализация которого способствует социально-экономическому развитию территории. Введение данной дефиниции в научный обиход позволяет рассматривать практически любое территориальное образование (субъект Федерации, муниципальный район, агломерацию и др.) как динамично развивающуюся дестинацию.

Дефиниция «ресурсы территории для развития сферы туризма» значительно отличается от понятия «туристские ресурсы», так как, кроме объектов туризма, она включает еще факторы и условия, влияющие на развитие сферы туризма на определенной территории. Акцентируется внимание на эффективности использования ресурсных возможностей региона для развития сферы туризма, способствующих через производство и реализацию туристского продукта внести определенный вклад в социально-экономическое развитие региона. Ресурсы территории рассматриваются в экономико-управленческом аспекте с позиции их рационального использования для удовлетворения потребностей местного населения, жителей других регионов страны и иностранных туристов.

Определим специфические характеристики данных ресурсов. К основным свойствам туристских ресурсов относятся: аттрактивность (привлекательность), доступность, степень изученности, значимость для показа (зрелищность), пейзажные характеристики ландшафта, социально-демографические характеристики, потенциальный запас, способы использования. Специфическими свойствами туристских ресурсов являются: целостность, емкость, надежность, уникальность, познавательная и рекреационная ценность, известность, экзотичность, выразительность, сохранность, безопасность и др.

Нами определены следующие важнейшие характеристики ресурсов территории для развития туризма: объем запасов ресурсов, площадь их распространения, период возможной эксплуатации, территориальная неподвижность большинства видов ресурсов, сравнительно низкая капиталоемкость и невысокая стоимость эксплуатационных затрат (экономичность), аттрактивность, возможность многократного использования, транспортная и информационная доступность, экологичность. Также сформулированы параметры оценки и ограничения использования ресурсов.

Предложенные определения и характеристики туристских ресурсов, параметры их оценки и ограничения использования позволяют разработать обоснованные подходы к их классификации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бобков М. А. Особенности развития регионального туризма в России : монография. — Сочи : СГУ, 2012. — 137 с.
2. Быстров С. А., Воронцова М. Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. — СПб. : Изд. дом «Герда», 2007. — 464 с.
3. Веденин Ю. А. Динамика территориальных рекреационных систем. — М. : Наука, 1982. — 190 с.
4. Джанджугазова Е. А. Формирование стратегии развития регионального туристско-рекреационного комплекса : монография. — М. : ТЕИС, 2004. — 168 с.
5. Кусков А. С., Нехаева Н. Е. Рекреационная география : учеб.-метод. пособие. — Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2010. — 80 с.
6. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ в ред. от 29 июня 2015 г. // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.consultant.ru>.
7. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года : Распоряжение Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р. — М., 2014.
8. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы). Федеральная целевая программа // Официальный сайт «Российской газеты» [Электронный ресурс]. — URL: http://www.rg.ru/pril/60/73/76/644_fcp.pdf.
9. Теоретические основы рекреационной географии : сборник статей / под ред. В. С. Преображенского. — М. : Наука, 1975. — 224 с.

УДК 338.482

РАЗВИТИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

М. Ю. Лайко, Е. Л. Ильина, А. Н. Латкин

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва

DEVELOPMENT OF APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF TOURIST ENTERPRISES

M. Y. Layko, E. L. Ilina, A. N. Latkin

В статье делается попытка определения подходов к оценке конкурентных преимуществ туристских предприятий с учетом особенностей функционирования современного российского рынка туруслуг. Рассматриваются ключевые компоненты рыночной ориентации турпредприятий, а также особенности реализации оценочных подходов конкурентных преимуществ на уровне туристских предприятий и туруслуг.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, туристские предприятия, туруслуги.

In the article an attempt of determining of approaches to assessment of competitive advantages of tourist enterprises is made taking into account peculiarities of functioning of the modern Russian market of tourist services. Key components of market orientation of tourist enterprises, and also features of realization of estimating approaches of competitive advantages at the levels of tourist enterprises and tourist services are considered.

Key words: competitive advantages, tourist enterprises, tourist services.