

УДК 378.147.330.1

**А.И. Литовченко****ИННОВАЦИИ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ  
(на примере Томской области)**

*Рассматривается рынок туристических услуг Томской области, выявляется необходимость наряду с традиционными формами туризма развивать инновационные как в стране, так и в регионе.*

*Ключевые слова: первичное и производственное предложение, сегменты рынка, экономические функции туризма, платежный баланс региона, регион, инновации.*

Туризм сегодня является одной из наиболее высокодоходных и динамично развивающихся отраслей экономики, основанный на интегрированном использовании всего экономического, культурного и природного потенциала территории.

Многие эксперты подчеркивают, что туризм в XXI в. будет одной из трех ведущих отраслей в обслуживающем секторе мировой экономики наряду с телекоммуникациями и информационными технологиями. Следовательно, туризм есть одна из форм предпринимательской деятельности. Туризм стал самой массовой формой отдыха, которая проникает во все сферы нашей жизни, изменяет окружающий мир.

Туризм – это рынок туристических услуг, удовлетворяющий потребности населения в путешествиях по миру и внутри страны, с целью познания природы, культуры, обычаев и истории народов, лечения, развития спорта, отдыха, обмена научными и образовательными знаниями, деловых сделок и т.д.

Рынок туристических услуг можно первоначально разделить на два сегмента: а) в зависимости от активности населения; б) в зависимости от стиля жизни населения.

В первом случае критериями являются:

– любители пассивного отдыха, их привлекает солнце, море, песок. Они довольствуются тишиной, долго спят, любят вкусно поесть, делают небольшие и недолгие прогулки;

– любители активного отдыха. Любят природу, дают активную нагрузку своему телу. Движения совмещают с лечением;

– любители спортивного отдыха, не страшатся физических нагрузок;

– отдыхающие с целью познания, изучения окружающей среды, они проявляют интерес ко всему новому;

– любители приключений, для них риск – это познать, испытать себя. По словам томского путешественника Евгения Ковалевского, «для меня это новая возможность испытать, какие нагрузки – физические, психологические, моральные, может перенести человек» [1].

Выделение групп по стилю жизни подвержено сильным изменениям во времени, связанным с экономической ситуацией в обществе:

– любители наслаждений, они предъявляют высокие требования к качеству отдыха. Для них путешествия – это способ самовыражения, от отдыха они желают получить удовольствие, дать себе спортивную нагрузку;

– тенденциозные туристы. Ищут единения с природой, тишиной и возможности психологической разгрузки, стремятся осознать проблемы окружающей среды, интересуются политикой и культурой данного региона;

– семейные туристы. Отдыхают в спокойной и удобной обстановке, так как их окружают дети, родственники, друзья. Покупают услуги по выгодным ценам, а чаще всего обслуживают себя сами.

Исходя из этих критериев, можно сформировать следующие виды туристических услуг:

1. Туризм с целью отдыха. Цель – физическое и психологическое восстановление организма. Сюда относят курортный отдых, при котором используют природные свойства почвы, климата, морской воды.

2. Туризм с целью изучения культуры и исторических памятников. Здесь выделяют туризм познавательный и паломнический. Познавательный туризм – посещение исторических, культурных или природных достопримечательностей, паломнический – это посещение мест, имеющих главным образом религиозное значение.

3. Социальный туризм, целью которого является посещение родственников, знакомых, друзей. Сюда же относят клубный туризм. Люди объединяются в группы при наличии развлекательной или спортивной программы.

4. Спортивный туризм. Обычно это поездки с целью выступить на спортивных мероприятиях, а также в них принимают участие болельщики.

5. Экономический туризм. Такие поездки носят коммерческий или профессиональный интерес. Посещаются выставки, ярмарки, биржи и т.д.

6. Политический туризм. Он выражается в участии в конгрессах, симпозиумах, саммитах и других мероприятиях.

Характеристика видов туризма позволяет выделить его формы: а) внутренний туризм; б) внешний туризм.

Экономика любого рынка, в том числе и рынка туризма, определяется действием законов спроса и предложения. К туристическому предложению относят все, что может быть использовано для удовлетворения туристического спроса: климат, ландшафт, гостиницы, рестораны, учреждения развлекательного характера, связь, автосервис, аптеки и т.д.

Туристическое предложение может быть первичным, которое оказывает на туристов естественное, притягательное влияние, и вторичным, производственным, состоящим из туристической инфраструктуры (рис. 1).

Совокупный рынок туристических услуг необходимо разделить на регионы. К туристическому региону относят как любой крупный город мирового значения, так и небольшой населенный пункт, имеющий старинные деревянные и каменные постройки, места, связанные с наследием политических и культурных деятелей, особенностями ландшафта и т.д., которые привлекают туристов.

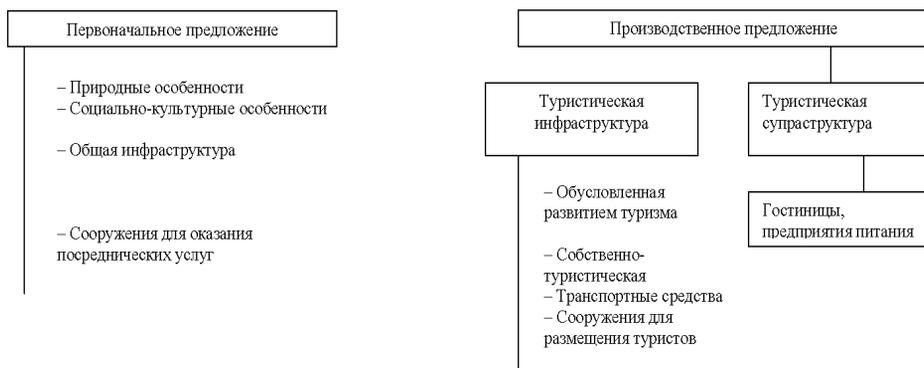


Рис. 1. Туристическое предложение

Различают туристические центры широкой и узкой специализации.

К широкой специализации относят:

1) образовательные центры – места для проведения конференций и конгрессов, а также учреждения исследовательского и образовательного характера;

2) промышленно-административные центры, где заключаются коммерческие и политические сделки.

В узкой специализации выделяют:

1) места отдыха – это название собирательное, оно может быть везде;

2) курорты – носят международный, региональный и местный характер;

3) места с туристическими достопримечательностями.

Экономика региона может влиять на развитие туризма как положительно, так и отрицательно. К положительным факторам относятся:

– рост реальных доходов населения и занятость;

– более равномерное распределение дохода между членами общества;

– стабильное положение национальной валюты;

– выгодная конъюнктурная ситуация;

а отрицательные факторы:

– экономический спад (рост безработицы, падение заработной платы, временная работа);

– невыгодная конъюнктурная ситуация;

– нестабильность валюты.

Например, кризисные явления, начавшиеся во второй половине 2008 г. в экономике, оказали значительное влияние на развитие туризма в Томской области в 2009 г. (рис. 2).

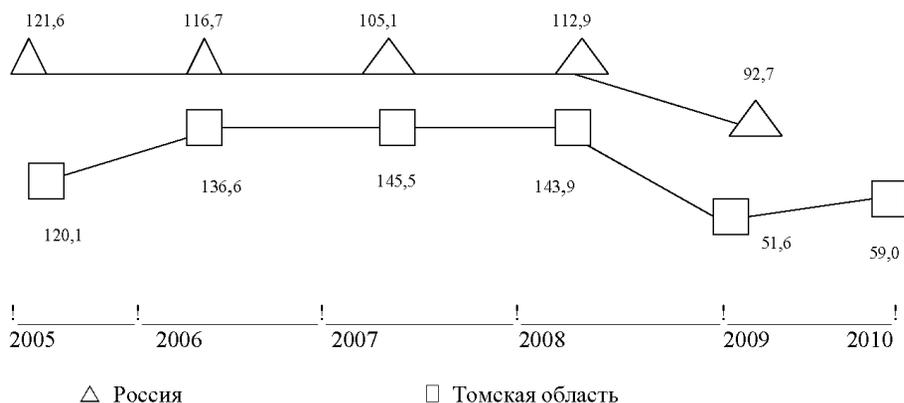


Рис. 2. Динамика объема туристических услуг в сопоставимых ценах к 2004 г. в % [2]

Снижение доходов российских граждан, оптимизация расходов организаций на командировочные поездки и их продолжительности, сокращение количества значимых научно-деловых мероприятий регионов оказали негативное влияние на динамику сферы туризма как в России, так и Томской области.

Из схемы видно, что до 2007 г. был рост туристических услуг, а с 2008 г. начинается спад, резко проявившийся в 2009 г., как в стране, так и в регионе. Это объясняется развернувшимся финансово-экономическим кризисом, охватившим ведущие страны капитала и Россию, что отразилось на росте инфляции, безработицы и т.д. В настоящее время наблюдается оживление на рынке туристических услуг в Томском регионе.

Анализ влияния макроэкономических факторов на рынок туристических услуг позволяет выделить в туризме ряд экономических функций (рис. 3).

Рассмотрим более подробно эти функции.

1. Производственная функция. Туристические предприятия используют такие производственные факторы, как труд, земля, средства производства (часть капитала). При комбинировании производственных факторов создается новый туристический продукт. Туристические товары чаще всего имеют *нематериальный вид*, так как они представляют собой *услуги*. В туризме такой процесс называют *накоплением ценностей*.

2. Функция занятости населения. Туристическая сфера широко использует технические достижения, но они не могут заменить личное общение с гостем. Туризм *прямым* и *косвенным* путем способствует занятости населения.

При *прямой* занятости население получает рабочие места непосредственно в туристических предприятиях (турбюро, гостиницы, транспортные предприятия и т.д.). При *косвенной* занятости – это участие в других отраслях при производстве туристического продукта (рюкзаки, ботинки, одежда, посуда и т.д.).



Рис. 3. Экономические функции туризма

3. Функция создания дохода. Создание дохода в туризме способствует увеличению национального дохода. Эффект увеличения национального дохода в туризме имеет прежде всего *региональное значение*.

4. Функция выравнивания доходов населения. Она способствует экономическому развитию слабых в структурном отношении регионов. Туристов интересует первозданный ландшафт и окружающая среда. Для местных жителей таких регионов туризм представляет собой важный источник дополнительного дохода. Это способствует выравниванию доходов населения на данной территории.

5. Функция нивелирования платежного баланса. Основной частью баланса услуг является баланс путешествий внутри страны и выезд за рубеж. Туризм по-разному влияет на платежный баланс страны. Традиционно баланс туризма является дефицитным для одних стран (разность в курсах валюты), а для других – прибыльным (въездной), например Швейцария.

Рассмотрим развитие туризма в нашем регионе. Томская область по конфигурации территории напоминает сложный многоугольник, протяженность которого с севера на юг 600 км, а с запада на восток – 680 км.

Площадь Томской области 316,9 тыс. кв. км, что превышает площадь таких европейских государств, как Италия (301,2 тыс. кв. км), Польша (311,7 тыс. кв. км), Великобритания (244,1 тыс. кв. км) и др. [3. С. 7].

Томская область – богатейшая природная кладовая, в которой собраны разнообразные минеральные, растительные ресурсы, обладает охотничьими

угодыми. На её территории обитают десятки промысловых животных, птиц и рыб. Известна область минеральными водами и грязями, обширными ягодниками – клюква, брусника, черника и др. Имеются возможности для оздоровления и лечения в уникальных медицинских учреждениях, а также в санаториях «Чажемто» и «Ключи».

Сегодня наша область – один из крупнейших поставщиков нефти и газа на российский и международный рынок, культурно-образовательный центр. Не Москва, не Санкт-Петербург, а именно Томск занимает первое место в России по удельному весу студентов и ученых [4. С. 3]. Широкое использование местных природных ресурсов позволяет быстрее реализовать планы развития экономики на ближайшие годы.

Природа Томской области создает условия гармонично развивать рынок туристических услуг, удовлетворять эстетические чувства людей и обеспечивать им полноценный отдых. Томск, основанный в 1604 г., выгодно отличается от многих других городов тем, что в нескольких километрах от его окраин любители природы могут найти хорошие охотничьи и рыболовные уголья, ягодные и грибные места. Летом тысячи томичей устремляются на природу. Томь, Басандайка, Ушайка, Киргизка, Обь и другие реки – излюбленные места отдыхающих. Автотранспорт сделал доступными для горожан более отдаленные территории, расположенные за десятки, сотни километров.

Администрация Томской области, учитывая природные особенности региона, поддерживает одну из сфер предпринимательства – развитие туризма. Об этом говорит постановление от 29 июня 2007 г. № 71 «Об утверждении концепции развития туризма и гостеприимства Томской области на 2008–2013 гг.».

В документе подчеркивается, что сфера туризма должна служить ориентиром для органов государственной власти и органов самоуправления по развитию туризма и гостеприимства в Томской области. Концепция основана на туристско-рекреационной оценке территории Томской области, анализе современного состояния туристической отрасли, опирается на Закон Томской области от 19 ноября 1999 г. № 33-03 «О туристической деятельности на территории Томской области».

Она включает следующие задачи:

- план первоочередных мероприятий по развитию туризма и гостеприимства в Томской области на 2008–2013 гг.;
- характеристику районов перспективного рекреационного освоения Томской области;
- перечень туристско-экскурсионных зон [5].

Согласно прогнозам Всемирной туристической организации наиболее перспективными сегментами туристического рынка являются: экологический туризм; культурно-познавательный; тематический, или специализированный (научный, учебный, спортивный и т.д.); круизный.

Одной из основных тенденций развития сферы туристических услуг является сокращение времени, которое люди могут выделить на отдых и путешествия. Следовательно, повышенным спросом будет пользоваться туристический продукт, предусматривающий максимум удовольствий и впечатлений при минимальных затратах времени.

В настоящее время по многим показателям прослеживается положительная динамика в туристической отрасли Томской области. Сейчас в регионе работает 130 туристических фирм. Объем туристических услуг в области за последние 5 лет вырос в 2,5 раза, отмечает начальник областного департамента потребительского рынка. По итогам первого полугодия 2011 г. в регионе оказано туристических услуг на сумму более 180 млн руб. Только за 6 месяцев прошлого года количество международных туристических прибытий в Томскую область увеличилось на 62% и превысило 15 тыс., при этом доля въехавших в регион граждан стран дальнего зарубежья (Китай, Германия, США, Франция, Великобритания, Италия, Испания) составила 14,1% от общего числа гостей. В основном приезжают туристы из стран СНГ – 86,7% [6. С. 24].

Наметилась положительная тенденция в развитии охотничье-рыболовного туризма. Потенциальным клиентам предлагается весь спектр услуг, связанный с организацией охоты: сбор и оформление документов; охота на медведя, лося, бортовую дичь; спортивная рыбалка.

Особо выделяются санаторно-оздоровительные услуги. За последние 5 лет их объем на этом сегменте рынка вырос до 315 млн руб. Это объясняется расширением спектра услуг и возросшим интересом населения к укреплению здоровья. В области имеется 11 санаториев-профилакториев круглогодичного действия.

На базе Томского государственного университета создана научно-инновационная лаборатория для внедрения новых технологий на рынке туристических услуг.

Томская область обладает значительным природным и историко-культурным туристическим потенциалом. Регион отличается уникальностью имеющихся архитектурных и исторических памятников. Возрождение исторических районов Томска открывает широкие возможности для развития *культурно-познавательного туризма*. Томская область – одна из ведущих научно-образовательных центров России. С 2003 г. на её территории реализуется программа *инновационного развития*. Крупнейшие томские университеты входят в пятерку лучших высших учебных заведений России. В Томске насчитывается 11 научно-исследовательских институтов, входящих в структуру Томского научного центра СО РАН и Томского научного центра СО РАМН.

В 2005 г. Томская область победила в конкурсе на право создания Особой экономической зоны технико-внедренческого типа. Ежегодно в регионе проводятся десятки *научно-деловых мероприятий*, что способствует активному продвижению Томска как *города-форума* и развитию *делового туризма*. Для этой цели у нас есть широкие возможности.

Ежегодно Томский государственный университет проводит международные учебно-практические конференции «Возможность развития туризма в Сибирском регионе и сопредельных территориях». Например, 26–27 мая 2011 г., в Томске состоялся XIV инновационный форум, собравший три тысячи участников. Приехали представители из 19 стран ближнего и дальнего зарубежья и почти из 70 регионов России. А. Суров в статье «Достойный финал» подчеркивает: «Ажиотаж оказывается столь высоким, а желающих так

много, что стало ясно, без конгресс-центра не обойтись. Форум показал, что Томск по праву претендует на Федеральную площадку для разработки программы «Инновации-2020». Но вот до международного уровня явно недотягиваем» [7. С. 1].

По экспертной оценке, порядка 70% российских и 90% иностранных туристов пребывает в регион с деловыми целями. Большую долю в нем формирует *конгрессный туризм*. Ежегодно организациями вузовского комплекса, томских научных центров СО РАН и СО РАМН, администрацией Томской области проводится значительное количество научно-деловых мероприятий различного уровня.

Однако регион Томской области делает ставку не только на развитие делового туризма, но и на расширение культурных связей и новых элементов работы с населением.

17–18 сентября 2011 г. в Томской области прошли дни культуры Республики Хакасия. На площадках Томска работали выставки, представляющие историю, культуру, искусство республики. На сцене томских театров и концертных залов шли спектакли и выступления хакасских коллективов. В селе Парабель прошел межрегиональный фестиваль народов Сибири «Степи и горы в гостях у тайги». Итоговым событием стало подписание соглашения о сотрудничестве между правительством Республики Хакасия и Томской областью [8. С. 4].

Стало традицией Томской области проводить музейные форумы. С 17 по 21 октября 2011 г. прошел третий фестиваль «Бренды земли томской».

По словам Андрея Кузичкина, начальника департамента по культуре, под брендом понимаются материальные, духовные, культурные наследия, которые отличают регион как *самодостаточный* [9. С. 3]. В форуме приняло участие 70 музеев, которые поставили перед собой задачу, чем может *привлечь туристов наш регион*, что хранится в музеях от широкой публики, где находится вход в томские трущобы и какая ночь в этом году будет самой культурно насыщенной?

Третий музейный форум проводился с целью не только заявить о себе как туристическом регионе, но и *вовлечь туристов в большой культурно-экономический оборот*.

Российская индустрия туризма находится в стадии поступательного развития. Этот процесс отражается и в регионах. В ближайшие 10 лет уровень ежегодного роста сферы туризма достигнет 6,4% ВВП (против 3,1% в настоящее время).

В Томской области ожидается рост объема туристско-экскурсионных услуг с 132,2 руб. на душу населения (2006 г.) до 380 руб. (2013 г.). Только на территории г. Томска выделено 17 туристско-экскурсионных зон, по которым проходят действующие экскурсионные маршруты. На них сосредоточены объекты туристических продуктов и услуг, привлекающие туристов [5].

Несмотря на общую положительную тенденцию развития туризма в Томской области, имеются проблемы, которые мешают его росту. Это прежде всего:

- неразвитость туристической инфраструктуры;
- отсутствие широкого спектра конкурентоспособных турпродуктов;

- не сформирован имидж Томской области на туристическом рынке;
- недостаток квалифицированных кадров.

Все это говорит о том, что инновационный туризм развивается трудно и противоречиво. Например, создание музейных комплексов «Великая русская легенда», урочище «Басандайка», восстановление Троицкого храма XVII в. с размещением в нем музея «Православие Сибири» и т.д. существуют только в концепциях развития туризма и гостеприимства Томской области на 2008–2013 гг.

«Эти проблемы мы последовательно будем преодолевать», – заверяет начальник областного департамента потребительского рынка. Надо пользоваться расположением региона в самом центре – между Востоком и Западом, Европой и Азией... Не случайно приоритетным видом туризма в регионе обозначен именно *деловой* [б. С. 24].

В настоящее время приоритетными видами туризма на территории Томской области являются:

- 1) деловой туризм (конгрессы, конференции, научный, выставочно-ярмочный, образовательный);
- 2) экологический (охотничье-рыболовный, этнографический, паломнический);
- 3) спортивно-оздоровительный (лечебно-оздоровительный, экстремальный и активные виды отдыха);
- 4) круизный (речные круизы, железнодорожный, событийный, сельский).

Таким образом, рынок туристических услуг Томской области находится на новом качественном уровне своего развития. Те инновации, которые применяются в современных условиях, позволят расширить границы привлечения туристов, увеличить доход региона.

#### *Литература*

1. *Выгон С.* Идем под флагом России (сибиряки совершили невозможное и преодолели океан) // Аргументы и факты. Томск, 2011. №16. С. 3 (Региональное приложение).
2. *Ушаков Д.С.* Экономика туристической отрасли. Ростов н/Д: Центр «Март», 2010. 440 с.
3. *Евсеева Н.С.* География Томской области. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2001. 222 с.
4. *Томская область: Путеводитель.* М.: ЗАО «Авангард», 2004. 330 с.
5. [Электронный ресурс] // Томская область: официальный Интернет-портал. Томск, 1998–2011. URL: <http://tomsk.gov.ru/sitetes/ru.gov> (дата обращения: 25.09.2011).
6. *Юшковская И.* Гостеприимство как индустрия и идеология (туристическая отрасль в регионе переживает настоящий бум) // Томские новости. 2011. № 41. С. 24.
7. *Суров А.* Достойный финал // Аргументы и факты. 2011. № 22. С. 1 (Региональное приложение).
8. Аргументы и факты. 2011. № 37. С. 4 (Региональное приложение).
9. *Маланина Е.* Тайны, бренды и легенды // Универ Сити. 2001. № 28. С. 3.