

ECONOMICS

Degtyaryova T.V., Borisenko I.V., Chernomyrdina S. O.

TOURIST ATTRACTION DESTINATIONS: METHODS AND DIRECTIONS OF PERFECTION OF ASSESSMENT

Degtyaryova T.V., Russian Federation, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Don State Technical University Institute Of Service And Business (Branch) DSTU In Shakhty

Borisenko I.V., Russian Federation, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Don State Technical University Institute Of Service And Business (Branch) DSTU In Shakhty

Chernomyrdina S. O., Russian Federation, Undergraduate student, Don State Technical University Institute Of Service And Business (Branch) DSTU In Shakhty

Abstract

The article provides an overview of methodologies for assessment of tourist attractiveness and presents the author's concept of the tourist rating multidimensional system consisting of four levels of evaluation of tourist attraction destination.

Keywords: destination, tourist appeal, system of a rating of tourist appeal

Введение

В настоящее время категория «туристская привлекательность» воспринимается как общеизвестное словосочетание и как цель развития туризма в целом, и туристской деятельности в частности, в дестинации. Дестинацией в данном контексте может быть и страна, и регион, и любой населенный пункт. Категория «туристская привлекательность» является элементом, включающимся в

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

определение таких дефиниций как: «конкурентоспособность дестинации», «бренд дестинации», «инвестиционный потенциал дестинации» и т.д. В связи с тем, что общепринятой трактовки данной категории не существует, возникает вопрос о сущности многочисленных выражений «имеет сравнительно высокую туристскую привлекательность», «необходимо повысить туристскую привлекательность» или «является основой туристской привлекательности».

Безусловно, категория «туристская привлекательность», являющаяся многоаспектной и комплексной характеристикой дестинации и для решения задачи об импортозамещении в сфере туризма актуализируется значение анализа и формализация категории «туристская привлекательность».

Для определения величины и повышения туристской привлекательности дестинации целесообразно использовать систему туристского рейтинга, которую целесообразно разработать с учетом накопленного опыта как в международной, так и в отечественной практике, что и является предметом нашего исследования.

Материалы и методы исследования

Экспертами Всемирного экономического форума в Давосе совместно с Международной ассоциацией авиаперевозок (IATA), Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) и Всемирной туристической организацией ООН (UNWTO) публикуется Индекс конкурентоспособности туризма (The Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI), определяемый для более чем 100 туристских дестинаций. По существу, были определены индикаторы туристской привлекательности стран.

TTCI составляется каждые два года и охватывает 141 страну. При его подготовке используется комбинация данных из общедоступных источников и информации от международных организаций и экспертов в области путешествий и туризма. Активное участие в разработке TTCI приняли крупные транснациональные компании, непосредственно связанные с туризмом. Индекс основан на трех широких системах переменных, способствующих продвижению стран в сфере туризма:

– система сводов и правил, регулирующих деятельность турбизнеса, иными словами, управление индустрией на различных уровнях;

– инфраструктурное обеспечение (поддержка) туристской индустрии или создание благоприятной среды для предпринимательства и состояние инфраструктуры туризма;

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

– развитие туризма с точки зрения обеспеченности ресурсами: привлекательность ландшафтов и потенциал окружающей среды, культурное разнообразие (сохранность материальной и нематериальной культуры) и уровень человеческого потенциала.

Первая система содержит элементы, часто относящиеся к государственному регулированию. Во вторую систему входят элементы бизнес-среды, наземный и воздушный транспорт, специализированная туристская инфраструктура. Третья система, соответственно, отражает обеспеченность человеческими, природными и культурными ресурсами каждой страны. Каждая из трех систем состоит в свою очередь из определенного количества показателей, составляющих ТТСИ. Таких показателей выделено 14:

1. Нормативно-правовое регулирование.
2. Экология и состояние окружающей среды.
3. Безопасность и жизнеобеспечение.
4. Здоровье и гигиена.
5. Приоритетность туристского сектора.
6. Инфраструктура воздушного транспорта.
7. Инфраструктура наземного транспорта.
8. Туристская инфраструктура.
9. Информационные и коммуникационные технологии.
10. Ценовая конкурентоспособность.
11. Человеческие ресурсы.
12. Уровень гостеприимства.
13. Природные ресурсы.
14. Культурно-исторические ресурсы [1].

Каждый из показателей представлен значительным массивом переменных. Необходимую информацию представляют государственные и международные организации (ВЭФ, ИАТА, МСОП, ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ЮНВТО и др.). Обзор составляется также на основе экспертного мнения директоров и других высших должностных лиц организаций, связанных с туризмом и экономическим развитием.

Российская Федерация представлена в «рейтинге ТТСИ и за последние два года повысила свою позицию на 18 пунктов. Индекс конкурентоспособности сферы туризма и путешествий России в 2013 году составлял 4,16 балла (63 позиция в рейтинге ТТСИ), в 2015 г. составляет 4,44 (45 позиция в рейтинге ТТСИ). Лидером рейтинга 2015г. является Швейцария, ТТСИ которой составляет 5,76 баллов [2].

Следует констатировать, что данная методика, в настоящее время не используется для оценки туристской

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

привлекательности направлений в Российской Федерации. На наш взгляд, это обусловлено значительным массивом переменных и узким перечнем респондентов.

В 2013 году Министерство регионального развития совместно со специалистами Российского союза инженеров, МГУ им. М. В. Ломоносова, Роспотребнадзора и Госстроя подготовило рейтинг туристской привлекательности городов Российской Федерации. В рамках исследования оценивались 164 российских города по основным факторам: природные и культурные ресурсы, уровень экономики, социальная и транспортная инфраструктура, благосостояние региона, экологическая обстановка. Первую строчку рейтинга привлекательности российских городов заняла Москва. Далее находится Санкт-Петербург, замыкает тройку лидеров Новосибирск. В топ-10 вошли Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Казань, Краснодар, Воронеж, Красноярск и Уфа [3].

В 2015 году Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» также провели исследование, посвященное туристской привлекательности регионов РФ, их туристскому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов. Для проведения исследования были выбраны следующие критерии:

1. уровень развития туристического бизнеса (на душу населения: общее число мест в гостиницах; число жителей, занятых в сфере туризма);
2. оборот туристических услуг (количество рублей заработанных в сфере туризма – на каждого жителя региона);
3. популярность региона у россиян (по количеству ночевков в гостиницах);
4. популярность региона у иностранцев (по количеству ночевков в гостиницах);
5. туристская уникальность (рейтинг достопримечательностей и курортов – по данным ЮНЕСКО, материалам СМИ и экспертным оценкам);
6. экологическое «здоровье» региона;
7. криминогенная ситуация (количество преступлений на тысячу жителей);
8. развитость транспортной и социальной инфраструктуры, обеспеченность объектами культуры;
9. популярность региона как туристского бренда в интернете (количество запросов в поисковых системах; количество публикаций на русском и английском языках).

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

В исследовании учитывались мнения представителей экспертного сообщества – в данном случае специалистов медиа-группы «Отдых в России», в которую входят журнал о внутреннем и въездном туризме «Отдых в России», а также информационные порталы «Российский туризм» и «Инвестиции в туризм» [4].

Первые три места заняли Краснодарский край, Санкт-Петербург и Москва. Ростовская область находится на 33 позиции из 85 [составлено по: 4].

Для сравнения рассмотрим зарубежный опыт исследования туристской привлекательности регионов страны.

Так, в 2011 году в Хорватии был разработан «Индекс привлекательности территории» как инструмент для оценки туристской привлекательности региона. Авторы исследования Д. Кречик и Д. Пребезак с помощью внедрения «Индекса привлекательности региона» сравнили уровень туристской привлекательности между Приморским районом Хорватии и регионом Дубровник-Неретва.

В методологии исследования туристского потенциала двух дестинаций были обозначены 6 факторных определений, которые подразделяются на 19 показателей:

1. Услуги размещения и питания: дружелюбность персонала, условия размещения, качество обслуживания в пунктах питания и разнообразие блюд.

2. Виды деятельности в регионе: возможности для развлечений и досуга, возможности для спорта и отдыха, возможности для проведения шопинга и уровень ценовой категории.

3. Природные особенности: природное наследие, климат, доступность природных ресурсов.

4. Эстетика региона: архитектурная и урбанистическая гармония дестинации, представление культурного наследия, информационный уровень региона.

5. Охрана окружающей среды: уровень охраны окружающей среды территории, чистота и опрятность дестинации.

6. Маркетинг региона: «картинка» страны в представлении туристов, уровень и качество продвижения туристского образа страны, чувство личной безопасности.

В процессе исследования, в котором принимали участие туристы, отдыхавшие в анализируемых регионах (был проведен опрос), каждому показателю присваивался индекс от 0 до 1. Затем, с помощью математических расчётов, определялась

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

степень важности каждого показателя в регионе для туристов и сравнивались два региона Хорватии.

Так, наиболее привлекательным стал приморский район Хорватии с суммарным индексом – 4,627. Индекс района Дубровник-Неретва составил 4.544 [5].

В 2014 году проводилось исследование туристской привлекательности Тайваня. Джи-Рен Чанг и Бетти Чанг провели опрос, среди жителей Тайваня, для того, чтобы выявить наиболее влиятельные факторы туристской привлекательности страны. Авторы работы определили 10 показателей:

1. Прием и добродушие местных жителей.
2. Историко-культурный потенциал.
3. Окружающая среда и природные ландшафты.
4. Количество отелей и качество предоставляемого размещения.
5. Национальная еда.
6. Культурные мероприятия (концерты, выставки, фестивали и т.д.)
7. Уровень цен и стоимость жизни в стране.
8. Качество и разнообразие продуктов в магазинах.
9. Информационный и туристский сервис.
10. Уровень безопасности.

Респонденты, оценивая уровень влияния каждого показателя на туристскую привлекательность, использовали такие варианты ответа, как: «очень хороший», «хороший», «нейтральный», «удовлетворительный», «едва приемлемый», «плохой».

Так, в результате исследования, авторы обнаружили, что для туристов Тайваня при путешествии в другие регионы своей страны, наиболее важны такие факторы, как ценовая политика дестинации и уровень безопасности [6].

Результаты и обсуждение

В результате исследования выявлено, что существует как минимум два способа оценки туристской привлекательности: сравнение двух дестинаций или определение рейтинга в совокупности анализируемой выборки.

Таким образом, при определении туристской привлекательности дестинации важной проблемой является объективность системы туристского рейтинга, критериями которой должны стать: необходимое и достаточное число участников оценивания (субъекты туристского рынка); способы сбора информации для анализа; критерии (показатели), которые реально могут быть оценены конкретной группой респондентов.

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

На основе проведенного исследования авторы пришли к выводу, что система туристского рейтинга должна быть многомерной и учитывать результаты исследования туристской привлекательности дестинации по следующим составляющим:

1 уровень – оценка привлекательности дестинации потребителями туристских услуг.

2 уровень – оценка привлекательности туризма как бизнеса для производителей туристских услуг.

3 уровень – оценка туристской привлекательности дестинации на основе статистических данных.

4 уровень – оценка туристской привлекательности дестинации по методологии ТТСИ.

На наш взгляд, только с учётом данных уровней, можно получить многомерную оценку туристской привлекательности и говорить об её объективности. Оценку целесообразно производить с использованием ресурсов сети Интернет, посредством создания сайта. Более того, необходима пропаганда важности данного исследования, основанная на преимуществах, которые приобретут респонденты.

Оценка привлекательности дестинации потребителями туристских услуг может быть проведена как среди местного населения (внутренний туризм), так и среди россиян и иностранных граждан (въездной туризм) посредством опроса в социальных сетях и посредством создания специального сайта. Примером активного участия в исследованиях подобного рода могут быть голосование «Семь чудес России», однако респонденты должны не только проголосовать за интересующие их объекты туристского показа, но и оценить: услуги предприятий туристской индустрии по критериям: гостеприимство местного сообщества, качество сервиса в гостиницах и иных средствах размещения, а также предприятиях питания, гастрономические особенности дестинации, возможности и качество услуг индустрии развлечений и досуга, возможности занятия спортом и качество услуг по организации активного туризма, климатические условия и возможности модификации программы пребывания в туристской дестинации, архитектурная и урбанистическая гармония дестинации, наличие и состояние в дестинации объектов культурного наследия, информационный уровень региона, уровень развития сервиса в сопутствующих отраслях, участвующих в обслуживании туристов (отделения банков, учреждения здравоохранения, почтовое отделения и т.д.), уровень охраны окружающей среды территории, чистота дестинации, чувство личной безопасности.

8th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 2016

При этом, безусловно, потребители должны быть разделены на две группы: посетившие туристскую дестинацию и планирующие посетить, от того в какой группе респондент будет зависеть набор вопросов.

Выводы

Оценка привлекательности туризма как бизнеса для производителей туристских услуг предполагает выявление туристского предложения и анализ проблем развития туризма и туристской деятельности в дестинации. Бизнесу предлагается оценить: нормативно-правовое регулирование туристской деятельности; обеспечение безопасности в дестинации; приоритетность туристского сектора; уровень развития транспортной инфраструктуры; наличие и развитие туристской инфраструктуры; информационные и коммуникационные технологии дестинации; ценовая конкурентоспособность; наличие и сохранность туристских ресурсов.

Оценка туристской привлекательности дестинации на основе статистических данных, публикуемых Госкомстатом РФ, Федеральным агентством по туризму, Официальными порталами администраций туристских дестинаций.

Оценка туристской привлекательности дестинации по методологии ТТСИ предполагает учёт экспертного мнения руководителей департаментов, определяющих вектор развития туризма в дестинации, нами предлагается также участие в этой оценке и некоммерческих организаций в сфере туризма.

Оценка туристской привлекательности дестинации на основе предложенной системы туристского рейтинга должна проводиться ежегодно и стать основой разработки программ развития туризма. Данный алгоритм позволит определять приоритетные туристские дестинации, направления их развития и, что особенно важно, проблемные места и направления государственно-частного партнерства в развитии туризма.

References:

- [1] Kruzhalin V.I., Shabalina N.V., Tulskaia N.I. Scientific approaches to the formation of the ratings of Russian regions in terms of development of the tourism industry // Tourism: Law and Economics, 2011, № 4
- [2] World Economic Forum: rating countries in terms of competitiveness of the travel and tourism in 2015 // The Centre for Humanitarian Technologies: information-analytical portal. [Electronic resource] – URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/05/07/7152>

**8th International Scientific and Practical Conference
«Science and Society» 2016**

- [3] Tregubova E. Attractiveness index. Named the best city in Russia // AIF.ru [Electronic resource] – URL: http://www.aif.ru/money/business/indeks_privlekatelnosti_nazvany_luchshie_goroda_rossii
- [4] National Tourism Rating (№1) [Electronic resource] URL: <http://russia-rating.ru/info/9857.html>
- [5] Krešić D., Prebežac D. Index of destination attractiveness as a tool for destination attractiveness assessment // original scientific paper vol. 59 no 4/ 2011/ 497-517.
- [6] Chang J.R., Chang B. The development of a tourism attraction model by using fuzzy theory mathematical problems in engineerin // Volume 2015, article id 643842, 10 page