

УДК 911.3:316

И. Н. Воронин¹

Н. В. Страчкова²

Е. А. Лукьяненко³

***Потенциал сбыта рекреационного
продукта Крыма на рынке стран
Причерноморья***

^{1, 2, 3} ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» Таврическая академия (структурное подразделение), г. Симферополь
e-mail: natastrachkova@mail.ru

Аннотация. Проведена оценка потенциала сбыта Республики Крым на рынке рекреационных услуг стран Причерноморья. Определены основные конкурентные регионы Причерноморья. Проведена оценка транспортной доступности регионов с использованием метода топологических расстояний. Выделены типы регионов в зависимости от величины индекса потенциала сбыта туристского продукта.

Ключевые слова: геомаркетинг, потенциал сбыта, регион Причерноморья, конкурентные позиции.

Введение

Трансформация социально-экономической географии в географию общественную позволяет представить целостную картину территориальной организации и комплексно-пропорционального развития жизни общества. При этом возрастает потребность в специальных исследованиях территориальной организации рыночных структур, понимаемых как общественно-географические образования, при изучении которых необходимо ориентироваться на социальный заказ.

В мировой практике подобный вид исследований развивается в рамках особого научно-практического направления – геомаркетинга. Использование методического инструментария геомаркетинга создает базу для принятия эффективных управленческих решений в условиях конкурентной бизнес-среды, формирования позитивного имиджа территории и усиления ее конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Методы геомаркетинга весьма перспективны для исследования рынка рекреационных услуг в силу специфики и особенностей спроса и предложения. Рекреационный продукт как специфический вид услуги отличается неосязаемостью, индивидуальным характером потребления, неспособностью хранения, неразрывностью процесса производства и потребления при условии учета не только результата, но и самого процесса оказания услуги. Спрос на рекреационный продукт отличается индивидуальностью, предшествует производству, имеет местный характер и практически невзаимозаменяем. При отсутствии ограничений в потреблении рекреационного продукта, значительной эластичности относительно конъюнктуры рынка, уровня доходов и цен характерен значительный территориальный разрыв между центрами формирования рекреационного спроса и местами его реализации, что делает рекреационный спрос чувствительным к величине транспортных тарифов.

В условиях политических и экономических трансформаций, произошедших в последние годы, отрасль туризма Республики Крым претерпела существенные изменения в связи с переориентацией на российский потребительский рынок. Это обусловило значительное количество научных и практических межотраслевых исследований в сфере оптимизации транспортного комплекса в направлении поиска путей снижения цен на транспортную составляющую турпакетов, уменьшения времени в пути и повышения уровня удобства и комфорта туристов в процессе прибытия к месту отдыха, повышения инвестиционной активности в туристской и транспортной отрасли Крыма.

При этом следует отметить, что Республика Крым имеет достаточно мощный туристско-рекреационный потенциал, способный обеспечить конкурентные позиции региона не только на национальном, но и на международном рынке рекреационных услуг, что отражают задачи Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017–2020 годы [1]. Этим обусловлена необходимость оценки потенциала сбыта Крыма на макрорегиональном туристском рынке. Несмотря на санкционный режим, спрос на рекреационные услуги Крыма формируется в основном за пределами региона, при этом число иностранных туристов в 2017 году составило более 500 тыс. чел., что обеспечило Крыму третью позицию в рейтинге въездного туризма Российской Федерации после Краснодарского края и Приморья [2]. В связи с чем исследования, направленные на выявление потенциальных возможностей рекреационного продукта Крыма на рынке стран Причерноморья, одновременно выступающих как конкурирующие рынки, так и рынки потенциального межрегионального взаимодействия, представляются весьма своевременными и актуальными.

Целью данной статьи явилась оценка потенциала сбыта рекреационного продукта Крыма на рынке рекреационных услуг стран Причерноморья.

Материалы и методы

Для оценки потенциала сбыта рекреационного продукта Республики Крым на рынке стран Причерноморья был разработан алгоритм исследования, включивший такие этапы, как:

- выбор потенциальных рынков Причерноморского региона;
- оценка транспортной доступности с использованием модифицированного нами метода топологических расстояний. Его сущность заключается в определении индекса потенциала сбыта продукции или услуг. Учитывая прямо пропорциональную зависимость спроса на туристский продукт от уровня доходов и числа потребителей и обратно пропорциональную – от расстояния до места проведения отдыха и уровня цен туристского предложения региона, формулы расчета потенциала сбыта выглядят следующим образом:

$$V_j = (C_j P_j / R_{ij} K_i) / 100 \quad (1),$$

где V_j – индекс потенциала сбыта j -го рынка;
 C_j – объем туристского потока j -го рынка, млн чел.;
 P_j – средняя заработная плата j -го рынка, тыс. руб.;

R_{ij} – кратчайшее (топологическое) расстояние j -го рынка от рынка реализации спроса i , тыс. км;

K_i – средняя цена туристского пакета рынка реализации спроса i .

- определение сильных и слабых сторон Республики Крым на рынке Причерноморского региона.

Результаты и обсуждение

На макрорегиональном уровне на рынке рекреационных услуг Республика Крым как субъект Российской Федерации вступает в конкурентные отношения с Краснодарским краем Российской Федерации, а также с приморскими регионами стран-соседей, имеющих выход к Азово-Черноморскому бассейну – Грузии, Абхазии, Болгарии, Румынии, Турции.

Все регионы имеют близкие природные и экономические предпосылки для развития рекреационной деятельности; их основные рекреационные районы располагаются на побережье Черного моря. Исключение составляет Турция, наиболее развитая сеть курортов которой находится на побережье Средиземного моря. Однако Черноморское побережье Турции согласно Стратегии развития туризма страны до 2023 года относится к потенциальным, с проектированием здесь тематических туристских зон, туристских городов и коридоров туристского развития [3].

Географическое положение регионов Причерноморья достаточно выгодное, все они имеют приморское положение, удобные бухты для развития портовой инфраструктуры. Близость к Средиземному морю и возможность прямого выхода через проливы Босфор и Дарданеллы способствует внешней торговле. Следует отметить, что большинство регионов Причерноморья являются определенными точками напряжения, местом схождения интересов мировых и региональных держав, доходящие в отдельных случаях до активных действий. Поэтому геополитическое положение отдельных регионов Причерноморья является лимитирующим фактором развития туристской деятельности. Это в первую очередь относится к Республике Крым и Республике Абхазии, остающимися непризнанными для международного сообщества, что ограничивает развитие в них международного туризма. Геополитические позиции Турции ослабляет курдский конфликт и близость Сирии, а Грузии – политические противоречия с Российской Федерацией, непризнание Абхазии и близость к Армении и Азербайджану и региону Нагорного Карабаха.

Приморские регионы стран Причерноморья можно рассматривать как своеобразную систему рынков, являющихся в той или иной степени как партнерами, так и конкурентами на рынке рекреационных услуг России. Учитывая, что одним из факторов, препятствующих посещению рекреационной территории, является ее удаленность от мест проживания потенциальных потребителей рекреационных услуг. Основным рынком формирования спроса на услуги рекреационных регионов стран Причерноморья нами выбрана Москва, имеющая наиболее развитую систему авиационных сообщений и наиболее емкий генерирующий рынок: по данным исследований Министерства курортов и туризма Республики Крым, более 30 % туристского потока формируется в Москве и Московской области [4].

Результаты расчетов представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Оценка потенциала сбыта стран Причерноморья на рынке рекреационных услуг Российской Федерации (Москва)

Рынок реализации спроса	Расстояние по прямой, км	Объем туристского потока, млн чел.	Средняя цена туристского предложения, тыс. руб.	Индекс потенциала сбыта
Р. Крым	1227	4,8	от 65	0,42
Краснодарский край	1361	15,8	от 48	16,42
Болгария	1520	0,56	от 45	0,56
Румыния	1437	0,02	от 75	0,13
Турция	2162	4,5	от 50	2,83
Грузия	1598	1,1	от 60	0,78
Абхазия	1400	4,3	от 25	8,34

Составлена авторами

Средняя заработная плата в Москве на 2018 составила 67 899 руб. Средняя цена туристского предложения определялась как стоимость тура на 6 ночей в июле на 2 взрослых от ведущих туроператоров России (Библио Глобус и Tez Tour). Цена включала авиаперелет из Москвы и обратно, проживание в номере стандарт отеля 3*, завтрак (кроме Турции все включено). Наиболее выгодную ценовую позицию занимает Абхазия, туры в Гагру в среднем предлагаются в диапазоне 20–30 тыс. руб. Предложения туров в Румынию явились наиболее ограниченным и отсутствовали на данный период у крупнейших туроператоров. Несмотря на то, что предложение в Республику Крым находится в среднем ценовом диапазоне, оно оказалось дороже, чем международные туры в Болгарию, Турцию или Абхазию, что ухудшает конкурентные позиции Крыма.

Таким образом, распределение регионов Причерноморья по индексу потенциала сбыта относительно генерирующего рынка Москвы и его основным параметрам имеет следующий вид (рис. 1).

Данные регионы в зависимости от величины потенциала сбыта можно разделить на 3 основные группы:

1 группа – регионы со значением потенциала сбыта выше среднего. К ней относятся Краснодарский край и Абхазия. При этом высокие значения индекса обусловлены разными причинами. Краснодарский край, обладая достаточной материально-технической базой, богатыми природно-рекреационными и историко-культурными ресурсами для конкурентного развития рынка санаторно-курортных и туристских услуг, является лидером внутреннего туристского спроса Российской Федерации. Краснодарский край имеет 500 км побережья на Черном и Азовском морях, 18 курортных территорий, из которых 3 имеют статус федерального значения, в том числе горно-климатический круглогодичный курорт Сочи как явное конкурентное преимущество. При этом расстояние не является явным лимитирующим фактором, также существует возможность использовать помимо

авиационного как относительно недорогой железнодорожный транспорт, так и более удобный для семейного отдыха автомобильный транспорт.

Абхазия, привлекая практически такой же объем туристского потока, как и Крым, имеет более высокие значения индекса потенциала сбыта в основном за счет самого конкурентного ценового предложения. Стоимость одного туродня в 2017 году в Абхазии почти в 3 раза ниже, чем в Краснодарском крае и в 3,5 раза ниже, чем в Крыму. Это усиливает влияние ценовой конкуренции и обостряет риски развития рынка рекреационных услуг даже наиболее успешных регионов Причерноморья. При этом Абхазия по сравнению с Краснодарским краем имеет более богатое культурно-историческое наследие как фактор привлекательности потенциальных потребителей, лимитирующими факторами выступают значительная изношенность материально-технической базы, несовершенство системы продвижения туристского продукта республики, а также необходимость пересечения российско-абхазской границы.

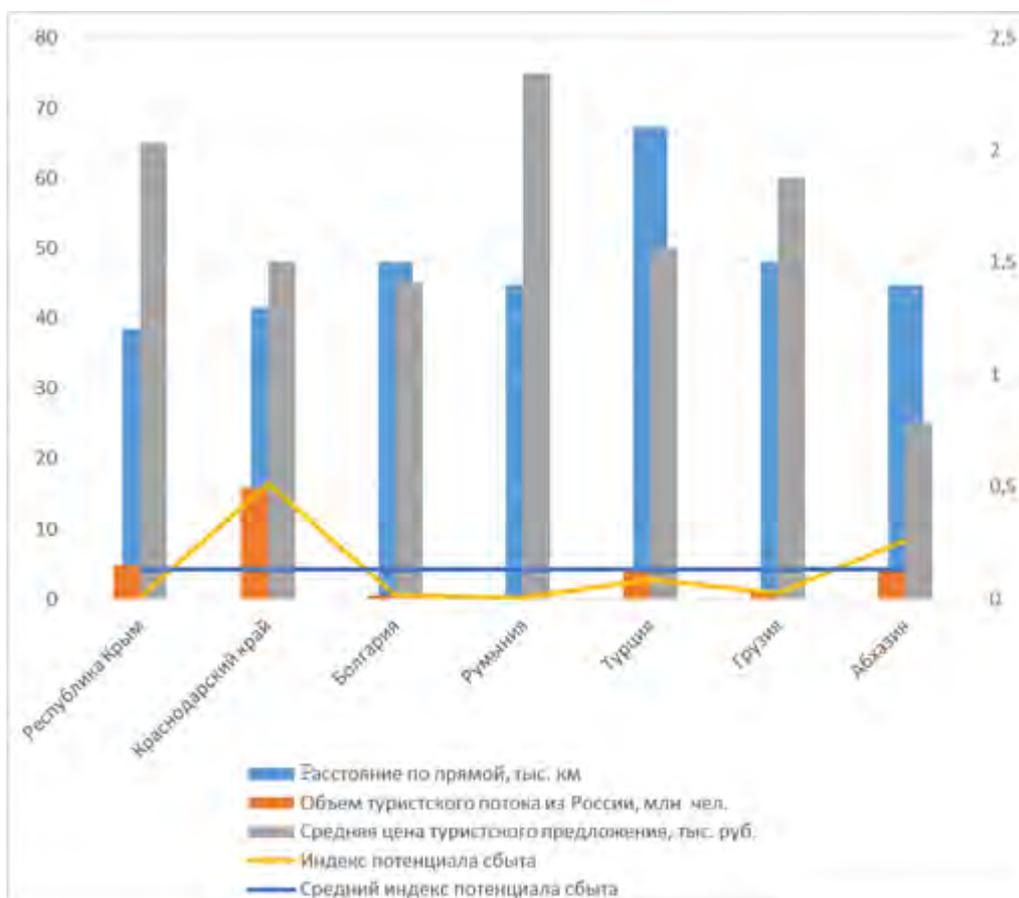


Рис. 1. Распределение регионов Причерноморья по индексу потенциала сбыта на генерирующем рынке Москвы. Составлено авторами

2 группа – регионы со значением потенциала сбыта, приближенного к среднему. К данной группе относится Турция – одно из крупнейших направлений выездного туризма в России. Главным преимуществом Турции является сглаживание проблемы значительной территориальной удаленности организацией

как регулярных, так и чартерных рейсов, достаточно выгодная ценовая позиция на рынке, обусловленная повсеместным использованием системы «все включено», а также более продолжительный период комфортной купально-пляжной рекреации и значительный культурно-исторический потенциал. Ограничения на авиасообщения с пляжными курортами Египта еще более укрепило Турцию на российском туристском рынке. Данное направление справедливо оценивается аналитиками журнала *International Investment* как способное к небыстрому, но стабильному развитию [5].

3 группа – регионы с низким значением потенциала сбыта. К данной группе относятся недостаточно освоенные направления зарубежного выездного туризма России в Болгарию, Румынию и Грузию, а также Республика Крым. Снижение популярности курортов Болгарии и Румынии в 2016 и 2017 гг. объясняется отказом от зарубежных поездок граждан Российской Федерации со средним доходом, формировавших основной спрос на данные страны. На данную ситуацию не повлияло даже закрытие турецкого направления в 2016 году. Потенциал сбыта данных стран на российском рынке снижается также благодаря низкому по сравнению с другими странами ЕС уровню сервиса, а также национальной политике импортозамещения, активно продвигающей отдых в России.

При этом отмечается рост доли Грузии на российском рынке выездного туризма. Географическая близость, высокий туристский потенциал и достаточно выгодное ценовое предложение делает Грузию привлекательной для туристов среднего уровня доходов, и для многих Грузия способна заменить ставшие менее доступными иные направления, в частности европейское или турецкое, ставшее для российских потребителей традиционным, и стать новым трендом рынка рекреационных услуг стран Причерноморья.

Республика Крым, являясь единственным в данной группе внутренним туристским рынком, имеет относительно низкий индекс потенциала сбыта. Несмотря на определенный рост туристских предпочтений на рынке внутреннего туризма Российской Федерации, до последнего времени проблемы транспортной доступности и высоких цен, а также санкционного режима со стороны Украины и мирового сообщества выполняли роль лимитирующих факторов спроса на региональный туристский продукт. Учитывая также определенные внутренние проблемы, в том числе доступность пляжей как основного рекреационного ресурса Республики и их санитарное состояние, чистота туристских центров, низкое качество услуг санаторно-курортных и гостиничных организаций [4], потенциал сбыта услуг Республики Крым на рынке стран Причерноморья в существующих условиях не может быть реализован полностью и не соответствует имеющемуся туристско-рекреационному потенциалу. Определенный положительный эффект принесет открытие Крымского моста в начале курортного сезона 2018 года, что снизит проблемы транспортной доступности для автотуристов и ослабит зависимость посещения Крыма от погодных условий и работы Керченской паромной переправы, а также нового терминала международного аэропорта «Симферополь», который является наиболее инновационным в России. Однако одной из первоочередных мер активизации туристского потока является снижение цен на туристско-рекреационные услуги региона, которые при низком качестве обслуживания значительно влияют на снижение потенциала сбыта и ухудшают конкурентные позиции региона.

Выводы

Сегодня крымский рекреационный продукт рассчитан в основном на внутренний российский рынок, в связи с чем исследование потенциала спроса российского генерирующего рынка относительно стран Причерноморского региона является весьма актуальным. Для оценки влияния транспортной доступности, а также иных факторов, усиливающих или ослабляющих воздействие последней на объем туристского потока, был использован метод определения индекса потенциала сбыта.

В целом оценка потенциала сбыта с учетом стимулирующих и лимитирующих факторов развития туристско-рекреационной сферы регионов стран Причерноморья отражает определенную дифференциацию с резким преобладанием Краснодарского края как главного сегмента внутреннего туристского рынка и новых растущих направлений туристского потока – Грузии и Абхазии. В связи с чем вызовы для Крыма относительно укрепления конкурентных позиций в данных сегментах обусловлены необходимостью снижения цен с одновременным повышением качества туристского обслуживания, а также совершенствованием транспортной инфраструктуры. При этом следует отметить, что данную оценку целесообразно осуществлять в комплексе с другими факторами формирования спроса на рекреационный продукт региона.

Литература

1. Постановление Совета Министров Республики Крым от 29 декабря 2016 г. № 650 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017–2020 годы». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/gosprog/utv/03/razvitiya_kurortov.pdf.
2. ТурСтат. Итоги въездного туризма в Россию в 2017 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://turstat.com/foreigntravelrussia2017>
3. Tourism Strategy of Turkey – 2023 / Ministry of Culture and Tourism. - Ankara, 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kuiturism.gov.tr>
4. О развитии туристской отрасли Республики Крым за 2017 год. Отчет Министерства курортов и туризма Республики Крым. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpMDdz5m_2017.pdf
5. Российский выездной туризм 2014–2017: тренды и рейтинги. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://internationalinvestment.biz/uploads/files/2018-02/1517939625_rossiiskogo-vyeznogo-turizma-2014_2017.pdf

Voronin I.,
Strachkova N.
Lykuanenko E.

***Structural and dynamic features of
recreational agglomeration***

^{1, 2, 3}V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida
Academy, Simferopol, Russian Federation
e-mail: ³natastrachkova@mail.ru

Abstract. *The potential of the Republic of Crimea sales in the market of recreational services of the black sea countries is estimated. The main competitive regions of the black sea region are determined. The estimation of transport accessibility of regions using the method of topological distances is carried out. The types of regions depending on the value of the index of the potential sales of the tourist product are identified.*

Key words: *geomarketing, sales potential, black sea region, competitive positions.*

References

1. Postanovlenie Soveta Ministrov Respubliki Krym ot 29 dekabrya 2016 g. №650 «Ob utverzhdenii Gosudarstvennoj programmy razvitiya kurortov i turizma v Respublike Krym na 2017-2020 gody». [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: https://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/gosprog/utv/03/razvitiya_kurortov.pdf. (in Russian).
2. TurStat. Itogi v"ezdnoy turizma v Rossiyu v 2017 godu. [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://turstat.com/foreigntravelrussia2017>. (in Russian).
3. Tourism Strategy of Turkey - 2023 / Ministry of Culture and Torism. - Ankara, 2007. [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://kuiturism.gov.tr>.
4. O razvitii turistskoj otrasli Respubliki Krym za 2017 god. Otchet Ministerstva kurortov i turizma Respubliki Krym. [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpMDdz5m_2017.pdf. (in Russian).
5. Rossijskij vyezdnoj turizm 2014-2017: trendy i rejtingi. [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: http://internationalinvestment.biz/uploads/files/2018-02/1517939625_rossiiskogo-vyezdnogo-turizma-2014_2017.pdf. (in Russian).

Поступила в редакцию 20.05.2018 г.