

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.126.95>

АНАЛИЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА РОССИИ

Научная статья

Харламова И.Ю.^{1,*}, Теренина Н.Л.²

¹ORCID : 0000-0002-9879-9628;

²ORCID : 0000-0002-3616-6390;

^{1,2}Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (hariu[at]nextmail.ru)

Аннотация

В современных политических и экономических условиях происходит изменение функций, выполняемых инфраструктурой рынка туристских услуг. Это влечет изменения требований, предъявляемых к рыночной инфраструктуре, к её общей конфигурации и отдельным элементам. Поэтому анализ и выработка перспективных направлений развития инфраструктуры рынка туристских услуг приобретают важное значение. В статье рассмотрен подход к проведению анализа инфраструктуры рынка, рассмотрены тенденции развития, особенности и проблемы формирования инфраструктуры внутреннего туристского рынка в России. Поставлена проблема необходимости исследования рыночной инфраструктуры отрасли, для упрочнения связей между субъектами рынка.

Ключевые слова: инфраструктура рынка, туристский продукт, инфраструктура отрасли, туристская индустрия.

AN ANALYSIS OF THE INFRASTRUCTURE OF THE DOMESTIC TOURISM MARKET IN RUSSIA

Research article

Kharlamova I.Y.^{1,*}, Terenina N.L.²

¹ORCID : 0000-0002-9879-9628;

²ORCID : 0000-0002-3616-6390;

^{1,2}Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation

* Corresponding author (hariu[at]nextmail.ru)

Abstract

In the current political and economic environment, the functions performed by the infrastructure of the tourist services market are changing. This leads to changes in the requirements for the market infrastructure, its overall configuration and individual elements. Therefore, the analysis and elaboration of perspective directions of tourist services market infrastructure development are of great importance. The article examines the approach to market infrastructure analysis, describes development trends, specifics and problems of domestic tourism market infrastructure formation in Russia. The problem of the necessity of market infrastructure study, of strengthening the links between the subjects of the market, has been established.

Keywords: market infrastructure, tourist product, industry infrastructure, tourism industry.

Введение

Экономика отрасли складывается из развитой инфраструктуры рынка, обеспечивающей эффективное взаимодействие между участниками рынка. Инфраструктура как часть рынка состоит из развитых и функционирующих рыночных механизмов, которые действуют и развиваются в рамках закона рынка, создавая процесс товародвижения и удовлетворения потребностей общества.

Основы вопроса раскрытия проблем развития рыночной инфраструктуры представлены в работах ученых-экономистов прошлых веков, таких как Брю С.А., Долна Э.Дж., Кейне Дж., Маконелла К.Р., Маршала А., Рикардо Д., Смита А., Фридмана М., и современных экономистов-исследователей Александровой Ю.Л., Барановского Н.Н., Гальпериной В.М., Гребневой А.И., Говорина А.А., Добрынина А.И., Зайналова М.И., Колосовского Н.Н., Морозовой Н.С., Обручаева В.Л., Райзенберга Б.А., Ищенко Е.Г., Журавлевой Г.П., Фигурновой Н.П. и других.

Основная часть

Существенное значение в развитии исследования вопросов, связанных с формированием механизма инфраструктуры рынка сделал Розенштейн-Родан П., который определил инфраструктуру как «комплекс общих условий, обеспечивающих благоприятное развитие частного предпринимательства в основных отраслях экономики и удовлетворяющего потребности всего населения» [12, С. 60], [1].

Американский экономист Пол Самуэльсон представил инфраструктуру как «крупные капиталовложения, предпринимаемые исключительно государством и закладывающей предпосылки для успешного развития частного сектора: они расширяют путь для производства и торговли» [5, С. 324].

В работах зарубежных экономистов, как отмечает доктор экономических наук, профессор Иркутского государственного университета путей сообщения Савченко Е.Е., рассматривается два подхода к сущности инфраструктуры: функциональный и структурный [6].

Исследование подходов к выявлению дефиниции «инфраструктуры рынка» позволило определить следующие направления: технологический (создание капитальных товаров и благ), экономический (источники экономических ресурсов, общественных и социально значимых благ), институциональный или структурный (обеспечение

государственного контроля по созданию инфраструктуры благ и услуг), функциональный (участие всех субъектов рынков в создании общественного продукта/услуги). Данные трактовки дополняют определение новыми смыслами и разными условиями рассмотрения вопроса, которые позволяют отнести их к разным отраслям экономики.

Морозова Н.Н., представляет в своих работах инфраструктуру рынка как «организационно-экономическую систему, обеспечивающую общие условия для эффективного динамичного движения товаров от продавца к покупателю в непрерывной связи с финансовыми и информационными потоками с помощью системы организаций и институтов рынка» [4]. В данном определении просматриваются все отраженные выше трактовки.

Таким образом, инфраструктура рынка – это экономическая категория, объединяющая условия устойчивого функционирования рынка, связанные с производством товаров услуг, торговлей (обменом товарами), формированием коммуникационных связей с потребителями и обществом в целом, в разных отраслях экономики, обеспечивая пространственную, территориальную и экономическую целостность.

Инфраструктура туристского рынка – это социально-экономическая система, создающая доступность и перемещение туристского продукта от создателя, через посредников, до покупателя, объединяющая организации и институты, которые обслуживают туристский рынок и обеспечивают его нормальное функционирование.

Современный рынок туристских услуг представляет собой мощную индустрию, которая считается одной из ведущих и наиболее активно развивающихся областей экономики. Туристская деятельность проявляет мультипликативный эффект, повышает качество жизни населения и общие экономические показатели развития территории.

Россия имеет богатую историю развития и уникальные природные и климатические зоны, что привлекает туристов не только местных, но и зарубежных, что способствует увеличению сегментов предлагаемых туристских услуг и расширению рекреационных зон. Современный импульс развитию инфраструктуры туристского рынка дают возможности реализации оздоровительного туристского комплекса, а также бизнес-туризма, то есть разнообразие предложений турпродуктов могут обеспечить тенденции развития регионов и территорий, которые обладают сегодня достаточным потенциалом для организации и продвижения туризма. При этом численность организаций в России, действующих в туристской индустрии постоянно увеличивается, что нами представлено на рисунке 1.

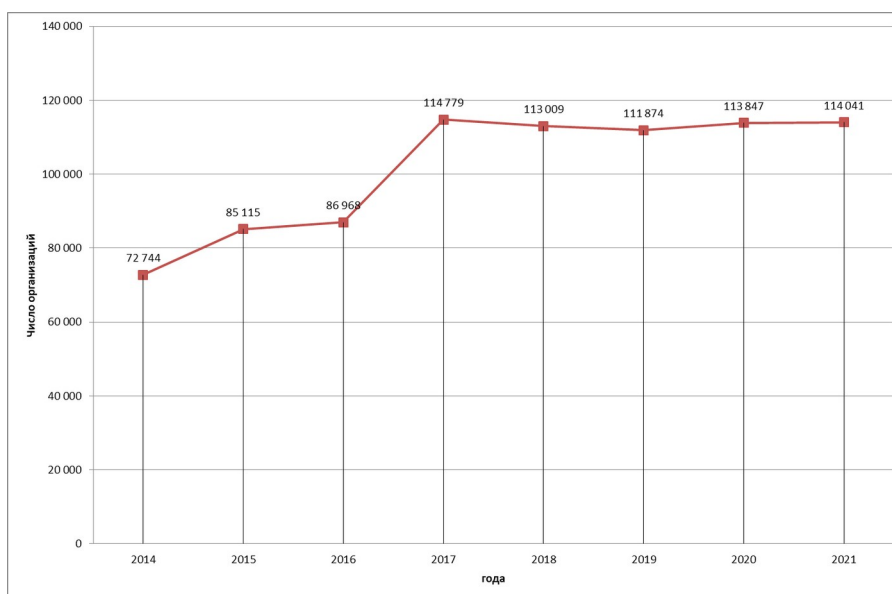


Рисунок 1 - Численность организаций, действующих в туристской индустрии
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.126.95.1>

Примечание: составлено по источнику [7]

Численность организации действующих туристской индустрии за последние 8 лет увеличивается, особенно рост наблюдается с 2016 по 2017 года, затем идет не большое снижение, а с 2021 года снова рост количества участников рынка. Возможно сделать вывод, что такая динамика свидетельствует о стабильном развитии инфраструктуры рынка, чему способствует эффективная ситуация развития внутреннего туризма в России, то есть замена вариантов зарубежного туризма отечественными предложениями.

Туристская инфраструктура считается неотделимой частью туристической сферы и состоит из следующих двух элементов:

- первый элемент – это гостиничный бизнес, который содержит в себе организации предоставляющие услуги питания и размещения;
- второй элемент туристической сферы представляет собой базу, состоящую из трехуровневой системы.

Первый уровень туристической базы представлен в виде производственной инфраструктуры, которая включает в себя совокупность работающих сооружений, зданий, транспортных сетей, систем, которые не связаны в открытую с созданием туристической продукции (в отличие от структур двух следующих уровней), но нужных для обеспечения

таких туристских услуг как: транспорт, связь, энергетика, коммунальные услуги, финансы, страхование и безопасность [11, С. 125].

Второй и третий уровни туристической базы составляют компании и организации, которые в открытую принимают участие в туристической кампании и реализации туристической продукции.

О положительной динамике развития инфраструктуры туристского рынка в России свидетельствует и увеличение ввода в действие объектов туризма (рис. 2).

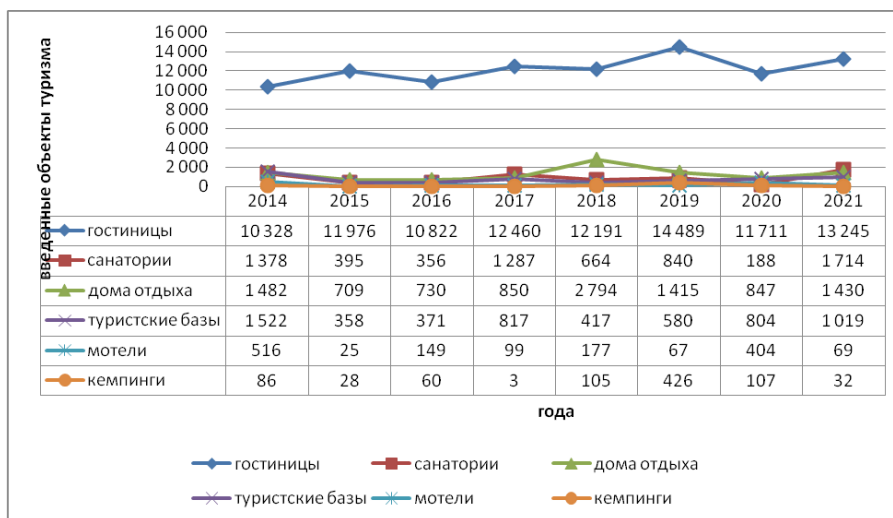


Рисунок 2 - Ввод в действие объектов туризма с 2014 по 2021 гг
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.126.95.2>

Примечание: составлено по источнику [7]

Можно отметить, что европейская часть России более привлекательна для туристов, что касается азиатской части страны, то туристы посещают лишь некоторые регионы.

Наиболее часто посещают Москву, Санкт-Петербург, Казань, и города Золотого кольца. Больше всего туристов, любящих экстремальный отдых, привлекают: Байкал, Алтайский край, Сахалинская область, республика Карелия.

Среди курортов популярностью пользуются: Сочи, Адлер, Хостинский, Центральный и Лазаревский районы. На полуострове Крым туристы часто предпочитают отдыхать в Ялте и Евпатории, немного реже в Судаче, Алуште, Феодосии, Николаевке, Саках и Коктебеле.

Особенности российского туристского рынка заключаются в повышении привлечения инвестиций для развития рекреационных туристских зон. Но все же предложение внутреннего туристского продукта уступает по качеству и разнообразию международным предложениям, поэтому россияне согласны платить большие деньги и выезжать по турпутевкам за границу [9, С 85].

Основными причинами такой ситуации являются:

- 1) отсутствие информированности населения о внутренних туристских ресурсах (слабый брендинг территории);
- 2) относительно низкий уровень продвижения инфраструктуры туризма, отдыха во многих перспективных регионах с туристической точки зрения;
- 3) высокие цены на авиаперелеты между городами;
- 4) высокие цены на туры по стране, по сравнению с турами за границу;
- 5) российский туристический рынок во многом подвержен сезонности: отдых на море, оздоровительные курорты, которые являются главными по структуре доходной базы туристского сектора, все это находится в зависимости от сезона года [10, С. 50].

Однако поездки по России не так уж редки для нашего народа, и, как мы все понимаем, средняя семья не реже одного раза в год отправляется на юг, к морю отдохнуть или в другой город, чтобы навестить родственников, друзей или для того, чтобы просто путешествовать по городам.

Информационная поддержка играет важную роль. В отличие от других секторов экономики, роль региональных структур в информационной поддержке туристической деятельности должна быть лидирующей:

- обеспечение информации по телефону;
- формирование и размещение рекламных объявлений о туристских и курортных особенностях;
- улучшение дорожной инфраструктуры имеет основополагающее значение для развития туризма;

Большое значение имеет укрепление деятельности по охране окружающей среды, в том числе борьба с загрязнением окружающей среды [10, С. 55].

В последние десятилетия, большое количество новых продуктов и услуг были изобретены и введены, чтобы привлечь туристов и повысить конкурентоспособность регионов и страны, а именно: эксклюзивные туры, VIP-туры, новые виды сувениров.

Сложившаяся ситуация международного масштаба, связанная с распространением коронавирусной инфекции, а также современное политическое положение России привели к закрытию границ, но российская туристская индустрия предложила российским и зарубежным гражданам новые предложения туристских направлений, что привело к увеличению количества реализованных турпакетов за последние годы на территории России. Обращаясь к данным статистики с 2010 года по 2021 год можно наблюдать значительное, постепенное увеличение количества приобретаемых турпакетов по территории России, за весь исследуемый период более чем в три раза. Также наблюдается и сокращение приобретаемых турпакетов на зарубежные туристские предложения (рис. 3).

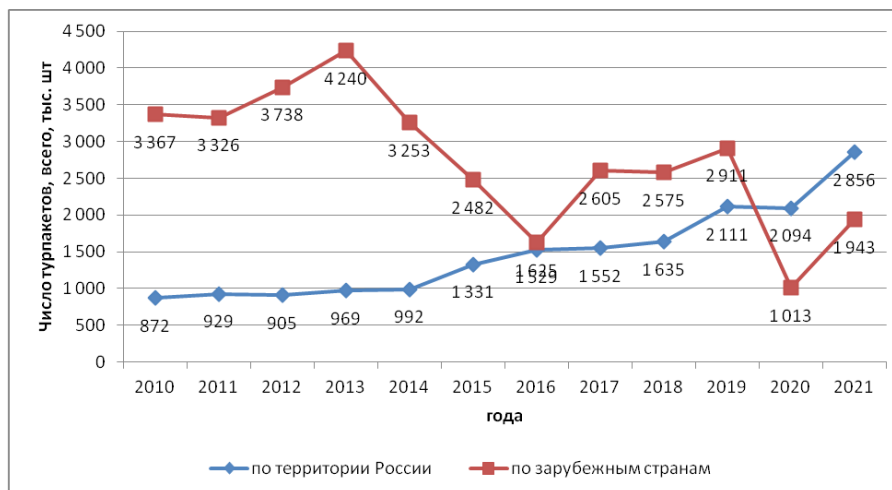


Рисунок 3 - Число реализованных гражданам России турпакетов
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.126.95.3>

Примечание: составлено по источнику [7]

Данные статистики также показывают, что повышение популярности туристского продукта привело к повышению средней цены на него, что дает туристским организациям возможность получения положительных динамических доходов, что и ведет к развитию и расширению инфраструктуры туристского рынка (рис. 4).



Рисунок 4 - Стоимость реализованных гражданам России турпакетов
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.126.95.4>

Примечание: составлено по источнику [7]

Не считая финансовой поддержки отрасли, на сегодняшний день разрабатывается национальный проект в области туризма. Планируется, что в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» будут входить три федеральных проекта, направленных на разработку качественной и разнообразной туристической продукции, которая повысит доступность туристских товаров, а также улучшит качество государственного управления и устраним административные препятствия в сфере туризма [3].

Несмотря на то, что Россия располагает колоссальным природным и культурно-историческим потенциалом для развития инфраструктуры рынка внутреннего туризма, она продолжает оставаться рискованной и недостаточно развитой

отраслю при всевозрастающем спросе на ее услуги. Конкуренция со стороны международного туризма вынуждает российский туристско-рекреационный комплекс искать пути адаптации к новым условиям. Сегодня очевидным является то, что туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере, и создание условий для качественного отдыха на территории России, российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

Заключение

Таким образом, инфраструктура рынка это экономическая система, которую необходимо развивать, поддерживать, так как в данной системе выстраивается прочное взаимодействие производителей, продавцов и потребителей, при участии и контроле государственных учреждений и институтов.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Бахтин М.Н. Генезис и развитие понятия «инфраструктура» в работах зарубежных и отечественных исследователей. / М.Н. Бахтин, А.Ю. Кособуцкая // Вестник ВГУ. Секция экономики и управления. — 2020. — 1. — с. 5-10.
2. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19. — 2021. — URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf#. (дата обращения: 02.11.22)
3. Инфраструктура туризма и ее составные части. — 2021. — URL: https://otherreferats.allbest.ru/sport/00097797_0.html#. (дата обращения: 21.05.21)
4. Морозова Н.Н. Формирование институциональной инфраструктуры туристского рынка. / Н.Н. Морозова // Сервис plus. — 2010. — 3. — с. 44-49.
5. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон — М.: Амон, 1992. — 740 с.
6. Туризм. Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 21.05.21)
7. Савченко Е.Е. Теоретико-методологические подходы к исследованию системообразующей инфраструктуры на этапе трансформации экономического пространства региона дис. ...д-ра null: 08.05.00 : защищена 2016-10-11 : утв. 2022-12-02 / Е.Е. Савченко — Иркутск: 2016. — 246 с.
8. Усыкин Г. Очерки истории туризма России / Г. Усыкин — СПб: Герда, 2000. — 224 с.
9. Шатько Е.А. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации. / Е.А. Шатько // Молодой ученый. — 2019. — 7 (245). — с. 65-67. — URL: <https://moluch.ru/archive/245/56526/> (дата обращения: 01.11.22).
10. Шевыров П.В. Оценка и прогноз влияния туризма на социально-экономическое развитие регионов. / П.В. Шевыров // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2014. — 1. — с. 239-247.
11. Шторгин А.Б. Основы управления туристическими ресурсами. / А.Б. Шторгин // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. — 2000. — 4. — с. 133-134.
12. Posenstein-Rodan P.N. Notes on the Theory of the "Big Push" / P.N. Posenstein-Rodan // Economic Developopten for Latin America: proceedings of a conference held by the International Economic Associotion. — London: Macmillan, 1961.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Baxtin M.N. Genesis i razvitie ponyatiya «infrastruktura» v rabotax zarubezhny'x i otechestvenny'x issledovatelej [Genesis and development of the concept of "infrastructure" in the works of foreign and domestic researchers]. / M.N. Baxtin, A.Yu. Kosobuczskaya // Vestnik VGU. Sekciya e'konomiki i upravleniya [Bulletin of the VSU. Economics and Management Section]. — 2020. — 1. — p. 5-10. [in Russian]
2. Dinamika sprosa na turisticheskie uslugi v Rossii na fone pandemii COVID-19 [Dynamics of demand for tourist services in Russia against the background of the COVID-19 pandemic]. — 2021. — URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf#. (accessed: 02.11.22) [in Russian]
3. Infrastruktura turizma i yee sostavnie chasti [Tourism infrastructure and its components]. — 2021. — URL: https://otherreferats.allbest.ru/sport/00097797_0.html#. (accessed: 21.05.21) [in Russian]
4. Morozova N.N. Formirovanie institucional'noj infrastruktury' turistskogo ry'nka [Formation of the institutional infrastructure of the tourist market]. / N.N. Morozova // Servis plus [Service plus]. — 2010. — 3. — p. 44-49. [in Russian]
5. Samue'l'son P. E'konomika [Economy] / P. Samue'l'son — M.: Amon, 1992. — 740 p. [in Russian]
6. Turizm. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki [Tourism. Federal State Statistics Service]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>. (accessed: 21.05.21) [in Russian] [in Russian]
7. Savchenko E.E. Teoretiko-metodologicheskie podxody' k issledovaniyu sistemoobrazuyushhej infrastruktury' na e'tape transformacii e'konomicheskogo prostranstva regiona [Theoretical and methodological approaches to the study of the backbone

infrastructure at the stage of transformation of the economic space of the region] dis....of PhD in Natural sciences: 08.05.00 : defense of the thesis 2016-10-11 : approved 2022-12-02 / E.E. Савченко — Irkutsk: 2016. — 246 p. [in Russian]

8. Usy'kin G. Ocherki istorii turizma Rossii [Essays on the history of tourism in Russia] / G. Usy'kin — SPb: Gerda, 2000. — 224 p. [in Russian]

9. Shat'ko E.A. Analiz sovremennogo sostoyaniya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii [Analysis of the current state of tourism development in the Russian Federation]. / E.A. Shat'ko // Molodoj uchenyj [Young scientist]. — 2019. — 7 (245). — p. 65-67. — URL: <https://moluch.ru/archive/245/56526/> (accessed: 01.11.22). [in Russian]

10. Shevy'rov P.V. Ocenka i prognoz vliyaniya turizma na social'no-e'konomicheskoe razvitie regionov [Assessment and forecast of the impact of tourism on the socio-economic development of regions]. / P.V. Shevy'rov // Vestnik Instituta e'konomiki Rossijskoj akademii nauk [Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences]. — 2014. — 1. — p. 239–247. [in Russian]

11. Shtorgin A.B. Osnovy' upravleniya turisticheskimi resursami [Fundamentals of Tourism resource management]. / A.B. Shtorgin // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18.Sociologiya i politologiya [Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science]. — 2000. — 4. — p. 133-134. [in Russian]

12. Posenstein-Rodan P.N. Notes on the Teory of the "Big Push" / P.N. Posenstein-Rodan // Economic Developten for Latin America: proceedings of a conference held by the International Economic Associotion. — London: Macmillan, 1961.