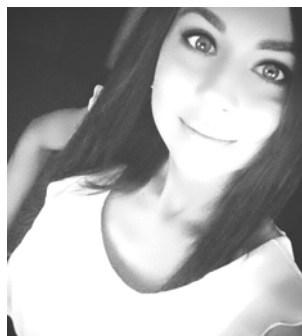


НАУКИ О ЗЕМЛЕ



УДК 379.851

Н.Н. Праздникова, Н.Г. Прудникова, О.С. Стрижева, А.В. Дудник
N.N. Prazdnikova, N.G. Prudnikova, O.S. Strizheva, A.V. Dudnik

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ (НА ОСНОВЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКСПЕРТНОГО АНАЛИЗА)

PROSPECTS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE ALTAI REGION (BASED ON SOCIAL-EXPERT ANALYSIS)

Ключевые слова: туристская индустрия, Алтайский край, экспертный опрос, анкетирование, SWOT-анализ.

Создание в Алтайском крае туристско-рекреационного комплекса международного значения является приоритетным направлением экономики региона до 2025 г. Цель исследования – на основании анкетирования потенциальных туристов и экспертного опроса специалистов сферы туризма составить прогноз дальнейшего развития туристской индустрии в крае. Методы исследования – анкетирование, экспертных оценок, статистический. Анкетирование было проведено с целью выявления потребительских предпочтений, предъявляемых к основным элементам турпродукта – транспорту, средствам размещения, организации питания, досугу и цене. Среди средств размещения предпочтение было отдано турбазам (30%), гостиницам (19%), санаториям (12%). Большинство респондентов во время своего отдыха предпочитают посещать экскурсии (18%), наиболее приемлемый вариант организации питания – на базе средств размещения (61%). Для прогнозирования дальнейшего развития туристской индустрии в Алтайском крае был использован метод экспертных оценок. Эксперты в целом положительно оценивают развитие сферы туризма и гостеприимства. На основании данных анкетирования потенциальных туристов и опроса экспертов в области туризма и сервиса был проведен SWOT-анализ развития туристской индустрии в крае. Для того чтобы привлечь большее число отдыхающих, а также занимать лидирующее

положение в условиях постоянной конкуренции Алтайскому краю рекомендуется: продолжать развивать туристскую инфраструктуру (уделять внимание развитию досуговой и развлекательной составляющей отдыха, открытию тематических парков); уделять внимание продвижению отдыха в сети интернет; разрабатывать новые туристские предложения, оригинальные, познавательные маршруты и экскурсии; корректировать ценовую политику на отдых в крае, внедрять программы лояльности для постоянных клиентов, разрабатывать систему скидок для определенных категорий отдыхающих (пенсионеры, студенты, школьники); развивать сеть предприятий питания в местах отдыха (существует потребность, как в недорогих точках питания, так и в оригинальных кафе или ресторанах (например, этнических); развивать природный сервис и совершенствовать качество дорог до основных мест туристского интереса.

Keywords: tourism, Altai Region, expert survey, questionnaire, SWOT-analysis.

The foundation of a world-class tourist and recreational complex in the Altai Region specifies priority guidelines for the Region's economy until 2025. The research goal is to forecast tourism development in the Region based on the potential tourists' questionnaire and tourism expert survey. The research methods are questioning, expert evaluation, and statistical methods. The questionnaire was conducted to identify consumer preferences for the main elements of tourist product as transport, accommoda-

tion, catering, leisure and price. In terms of accommodation facilities, the preference was given to hostels (tourist camps) (30%), hotels (19%), and health resorts (12%). The majority of respondents prefer to go on excursions (18%) during their holidays; the most acceptable variant of tourist catering is the one affiliated with the accommodation facility (61%). Expert evaluation method was used to forecast tourism development in the Altai Region. Generally, experts anticipate the development of tourism and hospitality. SWOT analysis of tourism development was carried out based on the data of the potential tourists' questioning and tourism and service experts' survey. In order to attract more tourists and to take a leading position under enduring competitive conditions the following is recommended for the Altai Region:

to continue the tourist infrastructure evolvement (pay attention to the recreational and recreational entertainment modernization, theme parks opening); pay attention to the recreation promotion in the Internet; develop new tourist offers, original, educational routes and excursions; improve regional recreation price policy; introduce loyalty programs for regular customers, develop a discount system for some categories of holidaymakers (pensioners, students, schoolchildren); develop catering enterprises network in recreation objects (necessary for both budget food services and authentic cafes or restaurants (for example, ethnic ones); develop roadside service and improve the quality of roads to main tourist destinations.

Праздникова Надежда Николаевна, к.г.н., доцент каф. рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга, Алтайский государственный университет. Тел.: (3852) 291-278. E-mail: prazdnikovann@rambler.ru.

Прудникова Наталья Геннадьевна, к.г.н., доцент каф. рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга, Алтайский государственный университет. Тел.: (3852) 291-278. E-mail: belukha@mail.ru.

Стрижева Оксана Сергеевна, магистрант, каф. рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга, Алтайский государственный университет. Тел.: (3852) 291-278. E-mail: strigaks@mail.ru.

Дудник Андрей Викторович, ст. преп., каф. рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга, Алтайский государственный университет. Тел.: (3852) 291-278. E-mail: raff22@mail.ru.

Prazdnikova Nadezhda Nikolayevna, Cand. Geo. Sci., Assoc. Prof., Chair of Recreational Geography, Tourism and Regional Marketing, Altai State University. Ph.: (3852) 291-278. E-mail: prazdnikovann@rambler.ru.

Prudnikova Natalya Gennadyevna, Cand. Geo. Sci., Assoc. Prof., Chair of Recreational Geography, Tourism and Regional Marketing, Altai State University. Ph.: (3852) 291-278. E-mail: belukha@mail.ru.

Strizheva Oksana Sergeevna, master's degree student, Altai State University. Ph.: (3852) 291-278. E-mail: strigaks@mail.ru.

Dudnik Andrey Viktorovich, Asst. Prof., Chair of Recreational Geography, Tourism and Regional Marketing, Altai State University. Ph.: (3852) 291-278. E-mail: raff22@mail.ru.

Введение

В настоящее время туризм определен важнейшим направлением развития экономики многих регионов России. Алтайский край не является исключением. Организация туристско-рекреационного комплекса международного значения в Алтайском крае является приоритетным направлением экономики региона до 2025 г. [1]. Количество туристов, посетивших Алтайский край в 2016 г. в сравнении с 2007 г., возросло в 2 раза и составило 2 млн чел. [2]. Подъем туристической отрасли Алтайского края является одним из факторов устойчивого развития экономики и социальной стабильности в регионе, поэтому важным является определить перспективы и выработать рекомендации по дальнейшему развитию туристской индустрии в регионе.

Цель исследования – на основании анкетирования потенциальных туристов и экспертного опроса специалистов сферы туризма составить прогноз дальнейшего развития туристской индустрии в Алтайском крае. **Задачи:** определить потребительские предпочтения туристов Алтайского края;

выделить конкурентные преимущества (сильные и слабые стороны) Алтайского края как туристского центра; определить перспективы и возможные угрозы для развития сферы туризма в Алтайском крае, а также сформулировать рекомендации по дальнейшему развитию туристской индустрии в Алтайском крае.

Объекты и методы

Объектом исследования является индустрия туризма Алтайского края. Методы исследования – анкетирование, экспертные оценки, математическая статистика [3]. Социологическое исследование объекта проводилось методом электронного опроса по структурированной анкете с использованием опросных форм сайта www.testograf.ru [4].

Результаты и их обсуждение

С целью выявления потребительских предпочтений, предъявляемых к основным элементам турпродукта – транспорту, средствам размещения, организации питания, досугу и цене, было проведено анке-

тирование потенциальных туристов Алтайского края. В исследовании приняло участие 200 респондентов, из которых 60% – женщины. Подавляющее большинство опрошенных респондентов постоянно проживают на территории Алтайского края – 84% (12% – другие регионы РФ, 4% – жители иностранных государств).

Основная часть респондентов – это молодежь в возрасте от 18 до 25 лет – 65% и экономически активные туристы от 26 до 39 лет – 26%. Среднемесячные доходы чуть более половины опрошенных не превышают 20000 руб. (рис. 1).

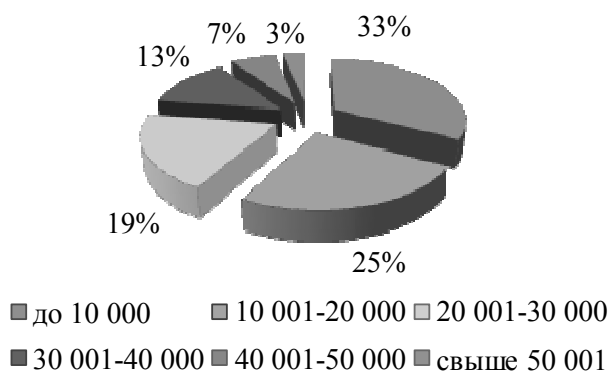


Рис. 1. Распределение респондентов по среднемесячному доходу

Значительная часть респондентов (84%) за последние 6 лет хотя бы раз путешествовали по территории Алтайского края и отметили для себя положительные и отрицательные моменты функционирования сферы туризма. Наиболее предпочтительным видом транспорта для путешествий по краю оказался автомобиль. Среди жителей

отдаленных регионов в приоритете железнодорожный транспорт и авиасообщение.

Рейтинг наиболее привлекательных для отдыха в Алтайском крае средств размещения представлен на рисунке 2. Среди средств размещения предпочтение было отдано турбазам (30%). Турбазы, как правило, расположены в живописных местах, и, скорее всего, респонденты во время своего отдыха хотели бы созерцать красивые пейзажи и отдыхать от шумного города. Второе и третье место было отдано гостиницам (19%) и санаториям (12%), которые, как правило, предоставляют комфортные условия для проживания и спектр дополнительных услуг.



Рис. 2. Предпочитаемые варианты средств размещения для отдыха в Алтайском крае, %

Что касается досуга, то большинство респондентов во время своего отдыха предпочитают посещать экскурсии (18%), пользуются популярностью посещение бани и организации пикников (15%). Многие бы хотели в местах отдыха видеть развлекательные программы (14%) (рис. 3).



Рис. 3. Варианты проведения досуга туристов во время отдыха в Алтайском крае, %

Наиболее приемлемым вариантом организации питания для респондентов явилось возможность питания на базе средств размещения (61%). На втором месте – самостоятельное приготовление пищи (19%) и на третьем – посещение ресторанов, баров, кафе (18%). Большая часть опрошенных положительно рассматривают возможность создания пакетных туров по Алтайскому краю. Половина респондентов предпочла, чтобы стоимость одного дня отдыха им обходилась в размере от 1000-2000 руб. (с учетом проезда, проживания, питания, экскурсий и прочих расходов). 12% респондентов готовы за 1 день отдыха в Алтайском крае заплатить от 2501 до 3000 руб. Всего лишь 10% туристов могут потратить значительную сумму на отдых в регионе – до 10 тыс. руб. за 1 день. Эту сумму отметили респонденты со среднемесячным доходом свыше 30 тыс. руб.

По мнению респондентов, для стимулирования туристской активности в Алтайском крае необходимо решение следующих вопросов:

- 25% опрошенных достаточно позитивно оценивают возможности отдыха в Алтайском крае, но считают, что недостает главного – доступности информации, рекламы (интернет, СМИ) и грамотного продвижения отдыха в Алтайском крае, рассчитанного на определенную целевую аудиторию. Многие отметили необходимость создания интернет-портала, где можно будет получить всю информацию, необходимую для путешествия. Подобную роль взял на себя сайт Визиталтай.рф [5];

- 18% отметили, что необходимо продолжать развивать туристскую инфраструктуру. Следует обратить внимание на разнообразие вариантов размещения туристов. Часть респондентов хотят видеть недорогие объекты размещения, другим, наоборот, хочется больше комфорта. Многие хотя видеть широкий спектр дополнительных услуг и больше развлекательной инфраструктуры (аквапарки, дискотеки и пр.), а также бесплатный Wi-Fi;

- 11% считает, что необходимо развивать дорожную инфраструктуру, чтобы

комфортно добираться до места отдыха. Столько же процентов считает, что следует разработать новые туры и экскурсии, рассчитанные на массового туриста;

- 9% респондентов считают, что цены на отдых в крае немного завышены, поэтому необходимо их снижать и разработать систему скидок и акций (порекомендовал базу своему знакомому или родственнику – получил скидку на следующий отдых), льготы для пенсионеров, школьников и студентов, субсидирование отдыха со стороны государства и др.);

- некоторые респонденты отметили слабую сервисную составляющую в местах отдыха;

- часть респондентов (3%) считает, что низкие заработные платы сдерживают туристскую активность жителей Алтайского края. Средние заработные платы в Алтайском крае по-прежнему самые низкие в Сибирском федеральном округе.

Таким образом, анкетирование потенциальных туристов в сочетании со статистической информацией позволяет получить более реальное представление о ситуации и выработать объективные пути решения проблем в сфере туризма.

Для прогнозирования дальнейшего развития туристской индустрии в Алтайском крае было решено использовать метод экспертных оценок. Нами было опрошено 10 экспертов различного уровня: представители органов власти, турбизнеса и системы подготовки кадров для туристской отрасли. Эксперты в целом положительно оценивают развитие сферы туризма и гостеприимства в Алтайском крае.

На основании данных анкетирования потенциальных туристов и опроса экспертов в области туризма и сервиса был проведен SWOT-анализ [6] развития сильных и слабых сторон туристской индустрии в Алтайском крае в сопоставлении с возможностями и угрозами для нее во внешнем мире (табл.).

Возможности позволят усилить конкурентные преимущества Алтайского края как туристского центра в перспективе.

SWOT-анализ туристской индустрии Алтайского края

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – федеральная поддержка развития туризма; – выгодное транспортно-географическое положение; – наличие разнообразных туристско-рекреационных ресурсов, ландшафтное разнообразие; – благоприятный климат; – развитый санаторно-курортный комплекс, большие перспективы его развития; – возможности для активного отдыха (экологические и активные туры); – положительное восприятие бренда «Алтай»; – продукция собственного производства; – наличие турцентра 	<ul style="list-style-type: none"> – недостаточно развита досуговая и развлекательная инфраструктура в местах отдыха, практически не развита анимация; – крайне слабый уровень развития безбарьерного туризма; – недостаточное продвижение в сети Интернет; – несоответствие цены качеству оказываемых услуг; – высокие цены на авиа и ж.-д. перевозки; – недостаточно высокий уровень сервиса, нехватка квалифицированных кадров; – слабо развитая сеть качественных и недорогих предприятий общественного питания; – скопление мусора в местах отдыха
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – Алтайский край – всесезонный курорт для отдыха в России; – расширение целевой аудитории отдыхающих; – формирование пакетных туров; – снижение тарифов на авиа и ж.-д. перевозки; – новые инвесторы; – сертификация гостиничных услуг; – высокий платежеспособный спрос и стабильная социально-экономическая ситуация в РФ, способствующая формированию регионального спроса на туристские услуги 	<ul style="list-style-type: none"> – территориальная близость основного конкурента – Республики Алтай; – рост цен на отдых (курортный сбор, транспортные тарифы); – низкая покупательная способность населения; – повышение антропогенных нагрузок и, как следствие, деградация природных ландшафтов, истощение рекреационных ресурсов; – стихийные бедствия; – изменение потребительских предпочтений (переориентация на выездной туризм)

Заключение

Для того чтобы привлечь большее число отдыхающих, а также занимать лидирующее положение в условиях постоянной конкуренции Алтайскому краю рекомендуется:

- продолжать развивать туристскую инфраструктуру, причем следует уделять внимание развитию досуговой и развлекательной составляющей отдыха, открытию тематических парков; предложить альтернативные варианты, например, оригинальные объекты развлекательного характера [7];
- следует уделять внимание продвижению отдыха в Алтайском крае в сети Интернет (социальные сети, виртуальные туры, регистрация средств размещения на сайтах бронирования и т.д.);
- разрабатывать новые, более интересные туристские предложения, оригинальные, познавательные туристские маршруты и экскурсии (например, квест-экскурсии);
- корректировать ценовую политику на отдых в крае, внедрять программы лояльности для постоянных клиентов гостиниц и иных средств размещения, разрабатывать системы скидок для определенных категорий отдыхающих (пенсионеры, студенты, школьники и пр.), проводить акции;

- развивать сеть предприятий питания в местах отдыха – существует потребность как в недорогих точках питания, так и в оригинальных кафе или ресторанах (например, этнических);

- развивать придорожный сервис и совершенствовать качество дорог до основных мест туристского интереса.

Библиографический список

1. Постановление Администрации Алтайского края от 29 декабря 2014 г. N 589 «Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015-2020 годы» [электронный ресурс]: информационный портал. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/423904756>. – Загл. с экрана.
2. Официальный сайт Алтайского края [электронный ресурс]: информационный портал, 2017. – Режим доступа: <http://altairegion22.ru> – Загл. с экрана.
3. Добренков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.
4. Официальный сайт Testograf [электронный ресурс]: информационный портал, 2017. – Режим доступа: <https://www.testograf.ru/ru/provedenie/> – Загл. с экрана.

5. Официальный сайт Визиталтай [электронный ресурс]: информационный портал о туризме, 2017. – Режим доступа: http://www.visitaltai.info/where_stay/ – Заглавие с экрана.

6. Методы исследования конкурентных преимуществ с помощью SWOT-анализа и бенчмаркинга // Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов / И.С. Барчуков. – М.: Изд-кий центр «Академия», 2008. – С. 115-122.

7. Стрижова О.С., Праздников Н.Н. Современное состояние, проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в Алтайском крае // Наука и туризм: стратегия взаимодействия: сб. ст. – Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2016. – Вып 2 (4). – С. 110-114.

References

1. Postanovlenie Administratsii Altayskogo kraia ot 29 dekabrya 2014 g. N 589 «Ob utverzhenii gosudarstvennoy programmy Altayskogo kraia «Razvitie turizma v Altayskom krae» na 2015-2020 gody» [elektronnyy resurs]: informatsionnyy portal. – Rezhim dostupa: <http://docs.cntd.ru/document/423904756>. – Zagl. s ekrana.

2. Ofitsialnyy sayt Altayskogo kraia [elektronnyy resurs]: informatsionnyy portal, 2017. – Rezhim dostupa: <http://altairegion22.ru>. – Zagl. s ekrana.

3. Dobrenkov V.I., Kravchenko A.I. Metody sotsiologicheskogo issledovaniya: ucheb. – M.: INFRA-M, 2004. – 768 s.

4. Ofitsialnyy sayt Testograf [elektronnyy resurs]: informatsionnyy portal, 2017. – Rezhim dostupa: <https://www.testograf.ru/ru/provedenie>. – Zagl. s ekrana.

5. Ofitsialnyy sayt Vizitaltay [elektronnyy resurs]: informatsionnyy portal o turizme, 2017. – Rezhim dostupa: http://www.visitaltai.info/where_stay. – Zaglavie s ekrana.

6. Metody issledovaniya konkurentnykh preimushchestv s pomoshchyu SWOT-analiza i benchmarkinga / Metody nauchnykh issledovaniy v turizme: ucheb. posobie dlya vuzov // I.S. Barchukov. – M.: Izdatelskiy tsentr «Akademiya», 2008. – S. 115-122.

7. Strizhova O.S., Prazdnikova N.N. Sovremennoe sostoyanie, problemy i perspektivy razvitiya vnutrennego turizma v Altayskom krae // Nauka i turizm: strategiya vzaimodeystviya: sbornik statey. Vyp 2 (4). – Barnaul: Izd-vo AltGU, 2016. – S. 110-114.



УДК 332.3:504



Т.В. Ноженко, Т.В. Маракаева
T.V. Nozhenko, T.V. Marakayeva

ЛАНДШАФТНО-ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЗОНИРОВАНИЕ В ЦЕЛЯХ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ

LANDSCAPE-ECOLOGICAL ZONING TO IMPROVE LAND USE

Ключевые слова: ландшафтно-экологический метод, агропроизводственная группировка почв, земельные угодья, негативный процесс, зонирование, мероприятия, севооборот.

Keywords: landscape-ecological method, agro-production soil grouping, land holdings, negative process, zoning, measures, crop rotation.