

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ / ECONOMICS

УДК: 338.48

DOI: 10.24411/2412-1657-2018-10020

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Государственному заданию Сочинского научно-исследовательского центра РАН 2018 г. на тему «Проблемы совершенствования методик оценки конкурентоспособности регионального турпродукта».

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА МЕЗО- И МАКРОУРОВНЕ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

Е. В. Онищенко

На основе анализа эволюции методологии оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма систематизированы методологические подходы к выделению ключевых факторов оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма на мезо- и макроуровне, определены их преимущества и недостатки. Рабочая гипотеза исследования опирается на утверждение автора о необходимости определения объекта оценки конкурентоспособности на внутреннем и мировом туристских рынках, выделения его структуры и параметров, и только после этого, формирования группы факторов (детерминантов) для проведения этой оценки. Предполагается, что применение воспроизводственного подхода, основанного на принципах устойчивого развития, в дополнение к междисциплинарному, позволит не только повысить уровень конкурентоспособности отечественных региональных турпродуктов, более эффективно интегрировать их в российскую и мировую экономику, но и обеспечить стабильное улучшение качества жизни населения регионов рекреационно-туристской специализации в России.

Ключевые слова: туризм, туристский сектор экономики, туристская индустрия, региональная экономика, регион рекреационно-туристской специализации, конкурентоспособность регионального турпродукта, воспроизводственный подход, региональный турпродукт.

Отечественный опыт по исследуемой проблеме. Теория и модели

Изучением вопросов оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма на мезо- и макроуровне в России стали заниматься сравнительно недавно. Одни исследователи основной упор в конкурентоспособности делали на сравнительные преимущества региона (природные, социально-экономические, научно-технические, производственные) и их интерпретацию сквозь призму российской действительности [1],

Онищенко Елена Васильевна — к.э.н., Сочинский научно-исследовательский центр РАН, г. Сочи

другие — на «способность обеспечить эффективность использования имеющегося в регионе экономического потенциала, динамику роста уровня жизни населения и доходов собственникам капитала» [2, с. 113]. В 1998 году М. И. Гельвановский и др. формулируют «мезоконкурентоспособность как эффективность работы отдельных отраслей национального хозяйства, оцениваемую помимо традиционных критериев по показателям, характерным для данной отрасли и описывающим степень ее живучести и динамичности при различных вариантах развития экономики данной страны и мира в целом» [3]. Таким образом, и в России был обозначен отраслевой подход к разделению конкурентоспособности на уровни.

В туристской сфере вопросы конкурентоспособности попадают в поле зрения российских исследователей не сразу. Практически проходит первое 10-летие XXI века, прежде чем обозначенная проблема получает своё развитие. Ряд отечественных учёных начинают пытаться адаптировать зарубежный опыт по исследуемой проблеме применительно к российской действительности, развивая его и учитывая многорегиональную структуру страны, сложность сложившейся системы управления туризмом в России, а также разнообразие туристско-рекреационного потенциала в её пространстве. Так, в основе подхода, предложенного Л. Г. Кирьяновой (2011), лежит комплексная модель конкурентоспособности туристской дестинации, основанная на важности не только сравнительных преимуществ территории, формировании конкурентных преимуществ, обуславливаемых управлением развития дестинации, но и учёте спроса со стороны туристов при обязательном постоянном анализе потребностей целевого рынка и привлекательности дестинации. Впервые в теории туризма автором выдвигается тезис о том, что конкурентоспособность дестинации определяется не только ресурсной базой, но и «способностью сформировать из этих ресурсов *целостный туристский продукт*, востребованный туристами...» [4]. К сожалению, к разработке методики оценки конкурентоспособности дестинации автор не подошла.

Появляется научное обоснование создания рейтинга субъектов РФ по уровню развития туризма, представленное учёными МГУ В. И. Кружалиным, Н. В. Шабалиной и др. (2014), где предлагается использовать три группы индикаторов: 1) индикаторы туристско-рекреационного потенциала регионов РФ; 2) индикаторы социально-экономического развития туристско-рекреационного потенциала регионов РФ; 3) индикаторы активности туристско-рекреационной деятельности в регионах РФ [5, с. 157-191]. В итоге рассчитывается интегральный показатель — индекс развития туризма в регионе. Однако предлагаемая методика не получает широкого признания. Очень сложно собирать информацию по 130 индикаторам, хотя и оптимизированным в более короткий перечень. К тому же Федеральная служба государственной статистики пока не располагает всеми необходимыми данными для рейтинговой оценки, а для получения дополнительной информации из регионов необходима их заинтересованность.

Исследователи А. Н. Захаров и А. А. Игнатьев (2014), рассматривая механизмы управления конкурентоспособностью туристской отрасли и анализируя состав индекса ТТСИ, выделяют пять ключевых факторов, которые, на их взгляд, приводят сектор туризма к показателям устойчивого роста. Это — любовь к туризму и путешествиям, правила и предписания политики, конкурентоспособность цен в секторе путешествий и туризма, экологическая устойчивость, безопасность и защищённость [6, с. 45].

По мнению А. Л. Флита (2014), модифицированная им версия Монитора конкурентоспособности и устойчивого развития туристской дестинации, включающая дополнительные показатели для измерения математическими методами, имеет большой потенциал для отражения современной ситуации в индустрии туризма в России [7].

Заслуживает внимания подход, предложенный Н. С. Морозовой в 2012–2014 гг. для оценки потенциальной и реально достижимой конкурентоспособности туристских дестинаций. Автор представляет формулу для расчёта интегрального показателя эффективности (конкурентоспособности) туристской дестинации, который имеет сравнительно-затратный характер к внутреннему валовому продукту дестинации и позволяет оценить эффективность использования затрат для достижения целевого уровня её конкурентоспособности. Вводится также новый показатель — коэффициент лояльности туристов к дестинации. Данная модель позволяет рассчитать количественный эффект от привлечения инвестиций на развитие туристского места назначения [8]. Но предлагаемую укрупнённую схему комплекса моделей прогнозирования туристской дестинации также весьма сложно использовать в России из-за недостаточной статистической базы, отражающей развитие туристского сектора экономики, как на уровне всей страны, так и на уровне регионов.

По исследуемой проблеме присутствуют и другие методологические подходы. Однако следует отметить, что взгляды отечественных ведущих специалистов на содержание ключевых факторов для оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма существенно отличаются друг от друга. Если на Западе в качестве объектов оценки выступают страны, как макродестинации и непосредственно сами туристические направления (дестинации), то в России среди исследователей не сложилось единой точки зрения даже на объект изучения по проблеме повышения конкурентоспособности. Здесь в качестве объектов оценки конкурентоспособности, в том числе для рейтинговой оценки, рассматриваются: туристская сфера страны (Е. Ю. Колосинский, М. И. Колосинская, Н. Н. Сафарова, М. А. Саранча, В. В. Вязовская, Н. Б. Изакова, Л. М. Капустина и др.); индустрия туризма на уровне региона (А. Л. Флит, Л. В. Семёнова и др.); туристская дестинация (Л. Г. Кирьянова, М. А. Морозов, М. Н. Войт, Н. С. Морозова, Д. Ю. Дудецкий, А. И. Тарасёнок, О. К. Луховская, А. П. Загребина и др.); туристско-рекреационная система (федерального, регионального и муниципального уровней) (В. И. Кружалин, Н. В. Шабалина, Е. В. Аигина, В. С. Новиков и др.); туристская отрасль (А. Н. Захаров, А. А. Игнатъев; Ж. М. Щакина, А. Т. Тлеубердинова, Я. В. Мищенко, М. В. Закипной и др.); туристско-рекреационная территория региона (Ю. В. Золотарёва и др.); региональный рынок туристских услуг (М. Ю. Ласси и др.); туристско-рекреационный потенциал региона (О. Н. Барсукова, А. К. Буяльская, Ю. В. Чесноков и др.); туристская инфраструктура региона (А. В. Величина и др.); туристско-рекреационный кластер (Н. Б. Нюренбергер, Н. Н. Егорова, О. Г. Марченко, С. Н. Соколов, Т. И. Дутова, А. А. Польшина и др.); туристское направление (Э. Н. Латыпова и др.); виды туризма в регионе (У. Н. Воеводина, К. П. Казаков, А. А. Крюкова, Т. В. Львова и др.).

Безусловно, такой широкий спектр объектов исследования, характеризующихся совершенно разными характеристиками структуры количественных и качественных показателей для оценки конкурентоспособности, да ещё и отсутствием единых

устоявшихся трактовок понятий рассматриваемых объектов у российских исследователей, не может положительно отразиться на формировании единой теории по данной проблеме. Каждая теория, представленная тем или иным учёным, хотя и апробируется в ряде прикладных исследований, содержит свои ключевые факторы при оценке конкурентоспособности объектов в сфере туризма. Возможно, что это также является одной из причин имеющегося недостаточного уровня развития туризма в России по сравнению с зарубежными туристски привлекательными странами.

Полученные результаты

Проведённый анализ методологических подходов зарубежных и отечественных учёных к оценке конкурентоспособности объектов в сфере туризма на мезо- и макроуровне позволяет провести их систематизацию по основным факторам, обозначив их преимущества и недостатки (табл. 1).

Таблица 1

Основные методологические подходы к выделению ключевых параметров оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма на страновом и региональном уровнях

Подходы	Основные факторы (параметры) при оценке конкурентоспособности	Преимущества и недостатки
Ресурсный подход	Туристско-рекреационный потенциал, включая инфраструктуру.	Включает параметры оценки, характеризующие состояние туристско-рекреационного потенциала, но не эффективность его использования. Предусматривается сравнение с другими странами / регионами. Не учитываются факторы спроса.
Подход, основанный на теории конкурентных преимуществ	Уровень туристско-рекреационного потенциала, эффективность использования туристско-рекреационного потенциала, привлекательность страны, региона для туристов, привлекательность для бизнеса, инновационность туристского сектора экономики.	Позволяют выяснить возможности того, насколько эффективно используются «сильные стороны» стран / региона, выявить резервы усиления конкурентных преимуществ (нейтрализовать «слабые стороны»). Предусматривается сравнение с другими странами / регионами. Сложность оценки, связанная с поиском информации.
Рейтинговый подход	Параметры, объединённые в группы, характеризующие туристско-рекреационный потенциал стран, регионов, состояние и темпы развития туристской индустрии.	Включает широкий спектр параметров для оценки, характеризующих современное состояние и динамику развития туристской индустрии. Позволяет управлять развитием туризма. Предусматривается сравнение с другими странами / регионами. Не учитываются факторы спроса. Основывается на экспертных оценках

Подходы	Основные факторы (параметры) при оценке конкурентоспособности	Преимущества и недостатки
		и сравнительном анализе национальных статистических данных, являющихся разнородными и базирующихся на различных системах показателей. Полученная оценка является относительной.
Социально-экономический подход	Инфраструктура, цена, социальное развитие, человеческий капитал, технологии и инновации, открытость, правительство, социальные факторы, экономическая эффективность.	Основная цель — достижение высокого уровня жизни населения и устойчивый рост туристского сектора экономики региона. Предусматривается сравнение с другими странами / регионами. Недостаточно учитываются факторы спроса.
Маркетинговый подход	Инфраструктура, цена, технологии и инновации, открытость, история и культура, микросреда, макросреда, ситуационные факторы, управление и маркетинг, условия спроса, социальные и психологические факторы, удовлетворённость клиентов, репутация.	Основная цель — расширение рыночной доли, ориентация на соответствие предложения спросу, стратегическая ориентация. В основном оценивается репутация (имидж) региона. Из-за множества количественных и качественных параметров, связанных с анализом ЖЦ турпродуктов, потребителей, регионов-доноров туристов, конкурентов сложно осуществить сравнение с другими странами / регионами. Не оценивается эффективность использования туристско-рекреационных ресурсов.
Междисциплинарный подход	Инфраструктура, цена, человеческий капитал, технологии и инновации, окружающая среда, социальное развитие, открытость, правительство, история и культура, микросреда, макросреда, ситуационные факторы, управление и маркетинг, условия спроса, социальные и психологические факторы, удовлетворённость клиентов, репутация, экономическая эффективность.	Соответствует критериям устойчивого развития туристского сектора экономики страны / региона: учитывает экономические, социальные и экологические интересы общества. Стратегически ориентирован. Позволяет управлять развитием туризма. Предусматривается сравнение с другими странами / регионами. Не ориентирован на воспроизводство туристско-рекреационного потенциала.

Источник: составлено автором.

Следует отметить, что некоторые из рассматриваемых нами методик и моделей, в том числе Индекс ТТСИ, основаны на использовании сразу нескольких подходов. Чаще

всего выбор показателей для оценки зависит от выбранного объекта, используемой методологии, возможности получения необходимой информации, а также уровня затрат на получение этой информации. В России в числе основных сдерживающих факторов для проведения оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма является слабая статистическая база, неадекватно отражающая развитие туристского сектора экономики, как на уровне всей страны, так и на уровне регионов. Практически все предлагаемые подходы к выделению ключевых параметров оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма концентрируют своё внимание на изучении всё более разнообразных перечней показателей туристского потенциала, к тому же уделяя, на наш взгляд, недостаточно внимания исследованию эффективности его использования и наращивания. Совершенно не затрагивается тема соотношения спроса и предложения на создаваемые объёмы товаров и услуг в интересах туристов. То есть, отсутствует оценка достаточности (или излишества) объёмов региональных турпродуктов, не рассматривается их структура и параметры. Даже междисциплинарный подход, ориентированный на устойчивое развитие туристского сектора экономики стран и регионов, до конца не способен обеспечить воспроизводство их туристско-рекреационного потенциала. В этой связи, нам представляется целесообразным в дополнение к последнему, предложить использование воспроизводственного подхода.

С нашей точки зрения, в современных условиях развития России, применение к туристскому сектору экономики регионов концепции общественного воспроизводства, представленной в 70-90-е годы XX века и обоснованной в начале 2000-х годов в ряде работ российских учёных (Р. И. Шнипера, Б. П. Орлова, В. М. Рутгайзера, А. С. Новосёлова, И. В. Арженовского, Т. В. Игнатовой и многих др.), где региональный рынок рассматривается с позиции переплетения многочисленных взаимодействий субъектов региональной экономики, является весьма важным императивом времени. Особенно, если учесть многоотраслевой и системный характер создания и продвижения региональных турпродуктов на внутренний и мировой туристский рынки. Как показывают проведённые исследования, например, в Крыму [9], именно туристский сектор экономики сегодня фактически выпадает из поля зрения федеральных и региональных органов управления, хотя региональные турпродукты, особенно регионов рекреационно-туристской специализации, начинают составлять всё более весомую долю в создании и реализации ВРП целого ряда субъектов РФ.

В то же время, актуализация темы сохранения природных экосистем и наращивания туристско-рекреационного потенциала регионов страны России нам представляется весьма значимой предпосылкой к переходу на устойчивое воспроизводство региональных турпродуктов в России, так как накопившийся в течение последних десятилетий комплекс проблем в туристски привлекательных регионах страны требует более системного подхода к их решению [10].

Основная задача, на решение которой должен быть ориентирован воспроизводственный подход к определению ключевых параметров оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма — это способность на основе выделенных необходимых детерминантов отслеживать обеспечение устойчивого воспроизводства региональных турпродуктов, которые создаются туристским сектором экономики и направлены на сохранение и наращивание человеческого потенциала

регионов страны. Вторая немаловажная задача — это усиление позиций России в мире через туризм, как наиболее массовой формы диалога между цивилизациями, показ и транслирование преимуществ российской цивилизации.

Ключевыми факторами, отражающими сущность предложенного подхода, являются:

– ориентация на динамический характер процесса воспроизводства региональных турпродуктов, где каждая фаза (производство, распределение, обмен, потребление) несёт в себе элементы как предыдущей, так и последующей стадии, что в целом ориентирует на корректировку параметров следующего воспроизводственного цикла с целью постоянного обеспечения конкурентоспособности региональных турпродуктов с помощью формирования необходимых пропорций;

– стремление к достижению сбалансированности между платёжеспособным спросом туристов и предложением региональных туристских продуктов;

– соответствие объёмов турпотока в регионы, а также параметров региональных турпродуктов оптимальной рекреационной ёмкости регионов, так как быстро нарастающее производственное туристское потребление, поглощающее всё более значительные туристские ресурсы (что до настоящего времени фактически не исследовано) может значительно подвергнуть разрушению эко-, социо- и другие региональные системы.

При условии обеспечения конкурентоспособности региональных турпродуктов на основе воспроизводственного подхода последние могут и должны рассматриваться не только как вклад туризма в приращение совокупного капитала, но и в повышение устойчивости развития регионов.

Воспроизводственный подход выдвигает настоятельные требования по совершенствованию инструментария статистических замеров в экономике туризма. Отсюда — недопустимость дальнейшего откладывания внедрения в экономику России хорошо себя зарекомендовавшей в мировой практике методологии сателлитных счетов, способной облегчить сбор и получение полноценной информации посредством прямого указания типов и детальности необходимой информации, идентификации взаимосвязей, которые существуют в туризме, выявления областей, в которых необходимо совершенствование источников информации.

Повышение точности и объективности замеров в экономике туризма России позволило бы не только облегчить доступ к получению различного рода показателей и дать возможность корректного расчёта необходимых индикаторов при оценке объектов конкурентоспособности в сфере туризма, но и серьёзно усовершенствовать парадигму управления развитием туристского сектора экономики регионов страны. В том числе, вывести из статистической тени не учитываемые сегодня направления и объёмы финансовых потоков по всем отраслям и сферам, вовлечённым в производство и продвижение региональных турпродуктов. И что особенно важно, это позволит выйти на осмысление и регулирование пропорций воспроизводства региональных турпродуктов, включая соотношение вовлекаемых в воспроизводство и потребляемых туристских ресурсов (природных, культурно-исторических, материальных, социальных, технологических), тем самым обеспечивая в ближайшей перспективе возможность практического решения задачи устойчивого развития регионов России.

Заключение

Формирование типовой методики оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма на страновом и региональном уровнях, претендующей на звание «общепринятой» и «универсальной», является трудно выполнимой задачей в силу существующих различий, специфики и национальных особенностей отдельно каждой туристски привлекательной страны мира, целевых сегментов и пр. Как показывает опыт, с целью повышения устойчивого развития туризма каждая страна ориентируется на разработку собственных методологических подходов к оценке конкурентоспособности объектов в сфере туризма, решая задачи и проблемы развития своего государства.

При этом в последние годы центр тяжести в параметрах оценки конкурентоспособности переносится на учёт высокотехнологичных сфер и отраслей, задействованных в туристском секторе экономики, когда главную роль начинают играть усовершенствование и обновление не отдельных факторов, а технологий.

Конкурентоспособность объектов в сфере туризма, как в теории, так и на практике, всё теснее связывается с инвестициями в исследования и разработки, с инновациями, то есть технологическими конкурентными преимуществами, что выносится на передний план при формировании и разработке стратегий развития стран и регионов мира.

В качестве дополнения к междисциплинарному подходу в оценке конкурентоспособности объектов в сфере туризма на региональном уровне, нами предлагается использовать воспроизводственный подход, способный не только повысить уровень конкурентоспособности отечественных региональных турпродуктов, более эффективно интегрировать их в российскую и мировую экономику, но и обеспечить стабильное улучшение качества жизни населения регионов рекреационно-туристской специализации в России.

Литература

1. Конкурентоспособность региона: новые тенденции и вызовы / Под ред. А. И. Татаркина. — Екатеринбург: Изд-во УрО РАН, 2003. — 208 с.
2. Фридман Ю. А., Речко Г. Н., Писаров Ю. А. Алгоритм оценки конкурентоспособности региона // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. — 2014. — Том 14. — Вып. 4. — С. 111–124.
3. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. — 1998. — № 3. — С. 67–78.
4. Кирьянова Л. Г. Модель конкурентоспособности туристской дестинации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. — 2011. — №2-1. — С. 94–103.
5. Кружалин В. И. и др. Технологии управления и саморегулирования в сфере туризма/ В. И. Кружалин, Н. В. Шабалина, Е. В. Аигина, В. С. Новиков. — М.: Диалог культур, 2014. — 328 с.

6. Захаров А. Н., Игнатъев А. А. Механизмы управления конкурентоспособностью туристской отрасли // Российский внешнеэкономический вестник. — 2014. — №9. — С. 31–48.

7. Флит А. Л. Подходы к определению и оценке факторов конкурентоспособности в индустрии туризма // Вестник Ленинградского государственного университета А.С. Пушкина. — 2014. — Том 6. — Вып. 1. — С. 28–37.

8. Морозова Н. С. Теория и методология формирования и развития конкуренции в туризме: Автореф. дисс... доктора эконом. наук / 08.00.05 — экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм). — Сочи, 2012. — 335 с.

9. Крым: новый вектор развития туризма в России: монография / В. Н. Шарафутдинов, И. М. Яковенко, Е. А. Позаченюк, Е. В. Онищенко; под ред. В. Н. Шарафутдинова. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 364 с. + Доп. материалы // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.znaniium.com>].

10. Онищенко Е. В. Концепция устойчивого воспроизводства региональных турпродуктов: отличительные особенности, ключевые понятия и принципы // Туризм: право и экономика. — 2017. — №3. — С. 14–18.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF OBJECTS IN THE TOURISM SECTOR AT THE MESO- AND MACROLEVEL: DOMESTIC EXPERIENCE

Onishchenko E.V.

Ph.D. (economics), Sochi Research Center RAS

Based on the analysis of the evolution of the methodology for assessing the competitiveness of objects in tourism, methodological approaches to identifying key factors for assessing the competitiveness of tourism facilities at the meso- and macrolevel are systematized. The working hypothesis of the research is based on the author's statement about the need to determine the object of assessing competitiveness in the domestic and world tourist markets, highlighting its structure and parameters, and only after that, the formation of a group of factors (determinants) for carrying out this assessment. It is assumed that the application of the reproductive approach based on the principles of sustainable development, in addition to the interdisciplinary approach, will allow not only to increase the competitiveness of domestic regional tour products, more effectively integrate them into the Russian and world economy, but also to ensure a stable improvement in the quality of life of the population of the regions by recreational tourism specialization in Russia.

Keywords: *tourism, tourist sector of economy, tourist industry, regional economy, region of recreational tourism specialization, regional tourist product, competitiveness of regional tourist product, reproduction approach.*