



www.volsu.ru

DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu3.2015.2.2>

УДК 332.12

ББК 65.04

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА ¹

Курченков Владимир Викторович

Доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой государственного и муниципального управления,
Волгоградский государственный университет
kurchenkov@mail.ru, keprid@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Фетисова Ольга Владимировна

Доктор экономических наук,
профессор кафедры государственного и муниципального управления,
Волгоградский государственный университет
Fetissova66@inbox.ru, keprid@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Тютюшева Анна Геннадьевна

Соискатель кафедры государственного и муниципального управления,
Волгоградский государственный университет
Shewnina.an@yandex.ru, keprid@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Матина Елена Сергеевна

Аспирант кафедры государственного и муниципального управления,
Волгоградский государственный университет
Matina81@mail.ru, keprid@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В статье раскрываются особенности развития регионального туристского комплекса в современных условиях, определяются направления реализации потенциала регионального рынка туристических услуг. Раскрывается мультипликативная зависимость для анализа взаимодействия первичного и вторичного секторов регионального рынка туристических услуг. Выделяются основные группы показателей эф-

фактивности, выявляется степень их релевантности для оценки потенциала въездного туризма региона. Проводится расчет относительных показателей, отражающих динамику доходов от въездного, выездного и внутреннего туризма по отношению к общему объему доходов от туристической деятельности в регионе за отчетный период времени, как правило, за один календарный год. На основании этих показателей проводится классификация регионов Южного федерального округа по уровню туристической привлекательности. Определяются причины низкой туристической привлекательности Волгоградской области по сравнению с другими регионами ЮФО. Обосновывается тезис о том, что потенциал повышения туристической активности в Волгоградской области используется на сегодняшний день не в полной мере. Приводится методика анализа и оценки эффективности регионального туристского комплекса на основе кластерного подхода. Для анализа эффективности регионального туристского кластера предлагается использовать показатели, отражающие общие результаты деятельности регионального туристского кластера, характеризующие влияние кластера на развитие территории или регионального рынка, а также оценивающие деятельность каждого из предприятий, взаимодействующих в рамках кластера. Даются рекомендации органам региональной власти и управления по повышению эффективности регионального туристского комплекса в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, туристские услуги, рынок туристских услуг, региональный туристский комплекс, эффективность регионального туристского комплекса, туристский кластер.

Развитие рынка туристических услуг в регионах является важным приоритетом развития российской экономики в ближайшей перспективе. Глобализация мировой экономики, обострение конкурентной борьбы между предприятиями туристической индустрии требуют от региональных туристских комплексов высокой эффективности. Учитывая, что повышение интенсивности внутренних туристических потоков связано не только с активизацией туристических фирм, но с развитием транспортной и информационной инфраструктуры, строительством новых гостиниц и ресторанов, необходимо реализовывать комплексный подход в развитии основных элементов регионального туристского комплекса.

Опыт зарубежных стран показывает, что развитие региональных туристских комплексов является важным фактором повышения конкурентоспособности отрасли туризма в рамках всей страны [7]. Благодаря комплексному подходу к развитию регионального рынка туристических услуг за последние десятилетия многие регионы нашей страны вышли в лидеры по привлечению туристов из других регионов и из-за рубежа.

Использование мультипликативной зависимости для анализа взаимодействия

первичного и вторичного секторов регионального рынка туристических услуг. Для разработки комплексного подхода к развитию регионального рынка туристических услуг необходимо иметь систему оценки эффективности регионального туристского комплекса в краткосрочной и долгосрочной перспективе, которая могла бы учитывать доходы не только непосредственно от туристической деятельности, но и доходы, которые формируются в смежных туристическим отраслях.

Действительно, туристическая деятельность может стать существенным источником доходов, в том числе и для региональных бюджетов. Эти доходы могут складываться в первую очередь из расходов туристов других стран, регионов, а также в результате роста показателей внутреннего туризма. Пребывая длительное время на территории региона, туристы пользуются товарами и услугами местных предприятий, используют региональный транспорт и объекты транспортной инфраструктуры [5]. Это можно отнести ко вторичным расходам, которые также необходимо учитывать при расчете эффективности регионального туризма.

Традиционно ко вторичным или производным расходам туристов, как правило, от-

носятся расходы на проживание в гостиницах, транспортное обслуживание, приобретение товаров и услуг местного производства, текущее сервисное обслуживание, информационно-коммуникационное обслуживание, страхование, банковское обслуживание и др. Соответственно, рост туристического потока в регионе способствует росту доходов как в первичном секторе (на предприятиях туристической индустрии), так и во вторичном секторе (на предприятиях смежных отраслей или сопряженных видов деятельности). С одной стороны, – это способствует увеличению занятости населения региона в этих секторах посредством создания новых рабочих мест. С другой стороны, – растут доходы нескольких отраслей и, соответственно, отчисления в региональные бюджеты в виде налогов.

При этом между ростом доходов в первичном и вторичном секторах регионально-го рынка туристических услуг существует мультипликативная зависимость. То есть с увеличением турпотока в регионе и, соответственно, расходов на туроператора, увеличиваются также расходы во вторичном секторе, причем еще в большем объеме, в соответствии с действием эффекта мультипликатора (см. рисунок).

По отдельным расчетам для ряда российских регионов один рубль расходов в туристической отрасли предполагает еще в среднем два-три рубля расходов в смежных

или сопряженных с туристической деятельностью отраслях [8].

Таким образом, как показано на рисунке, целесообразно выделить два уровня показателей для оценки объемов расходов, связанных с активизацией туристической деятельности в регионе. Первый уровень включает в себя традиционные показатели расходов непосредственно на услуги туроператора. Второй уровень включает в себя показатели, отражающие другие сопутствующие расходы туристов на товары и услуги внутри региона. При этом, в свою очередь, расходы второго уровня включают в себя как расходы самих турфирм, направленные на обеспечение своих клиентов спектром туристических услуг, так и расходы самих туристов, находящихся на территории региона и покупающих товары и услуги местных производителей.

В соответствии с этим общий объем поступлений от туристической деятельности в регионе может быть рассчитан по формуле.

$$C_s = \Sigma C_t + \Sigma C_o + \Sigma Pr_o, \quad (1)$$

где C_t – объем поступлений средств от расходов на туристические услуги; C_o – объем поступлений средств от расходов туристов на другие товары и услуги внутри региона; Pr_o – объем поступлений средств от расходов на приобретение туристами товаров на региональном потребительском рынке; C_s – общий объем расходов населения на рынке туристических услуг, включая вторичные расходы.

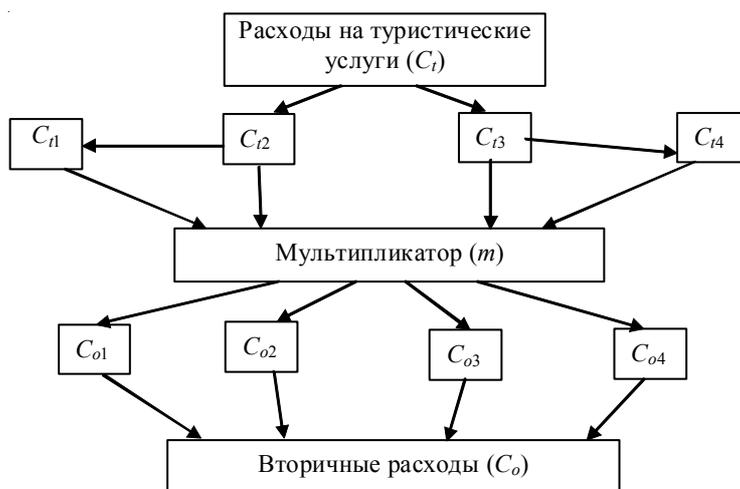


Рисунок. Мультипликативная зависимость между туристическими и вторичными расходами населения в регионе

Примечание. Составлено авторами.

Значение же мультипликатора в этом случае, согласно традиционному в экономической теории подходу [4, с. 226–227], необходимо определить исходя из приростных значений расходов первичного и вторичного секторов регионального рынка туристических услуг за определенный период времени, (как правило, один календарный год). Соответственно мультипликатор будет равен:

$$m = \frac{\Delta \Sigma C_o + \Delta \Sigma Pr_o}{\Delta \Sigma C_t}, \quad (2)$$

где $\Delta \Sigma C_o$ – прирост совокупных расходов в первичном секторе регионального рынка туристических услуг, непосредственно услуг туроператора; $\Delta \Sigma Pr_o$ – прирост совокупных расходов туристов на региональном потребительском рынке; $\Delta \Sigma C_t$ – прирост совокупных расходов во вторичном секторе регионального рынка туристических услуг, услуг транспорта, гостиниц и др.

Зная приблизительно значение мультипликатора для типичного региона, можно определить общий объем расходов населения на первичном и вторичном секторах регионального рынка туристических услуг:

$$\Delta C_s = m \Delta \Sigma C_p, \quad (3)$$

где ΔC_s – общий объем прироста расходов населения на рынке туристических услуг, включая вторичные расходы.

Значение данного показателя важно для оценки эффективности регионального туристического комплекса, поскольку, как было отмечено, вторичные расходы достаточно трудно определяются статистическим путем, поскольку их трудно выделить из общей совокупности расходов на региональном рынке.

Также важным является учет вторичного сектора при оценке налоговых поступлений в региональный бюджет. В этом случае аналогично учет налоговых поступлений оценивается только на уровне предприятий, непосредственно оказывающих туристические услуги населению. Вторичный сектор туристического рынка часто не берется в расчет при оценке динамики налогового потенциала предприятий туристической индустрии в регионе. Однако нужно отметить, что в зависимости от динамики роста налоговых поступлений от активизации туристической деятельности в регионе также

действует эффект мультипликатора, согласно которому рост налоговых поступлений от деятельности туристических фирм соответствует еще большему росту объема налоговых поступлений от предприятий, осуществляющих сопряженные туризму виды экономической деятельности.

Влияние соотношения въездного, выездного и внутреннего туризма на оценку туристической привлекательности региона. Еще одним важным моментом формирования системы оценки эффективности регионального туристического комплекса является учет соотношения объемов услуг по въездному, выездному и внутреннему туризму.

Поскольку, несмотря на адекватность и удобность предложенной выше системы оценки туристической активности в регионе, она нуждается в существенной доработке, поскольку не учитывает ряд существенных моментов [6]. Во-первых, показатели не вполне соизмеримы с показателями других стран, поэтому трудно провести сравнительный анализ эффективности регионального туристического комплекса с другими регионами мира. Во-вторых, – также в официальной статистике не находят отражение неясные, или неучтенные туристические потоки, которые не отражаются официально. К ним относятся в первую очередь стихийный туризм. В-третьих, – важно учесть соотношение долей въездного, выездного и внутреннего туризма для определения уровня туристической привлекательности региона. Для этого необходимо произвести расчет доходов, поступающих от въездного, выездного и внутреннего туризма, и предложить для этого следующие показатели:

T_e – показатель въездного туризма, отражающий доходы от туристов, посетивших регион и воспользовавшихся услугами регионального туристического комплекса в течение определенного периода времени, как правило, одного календарного года.

T_{ex} – показатель выездного туризма, отражающий доходы от туристов, покинувших территорию региона в туристических целях за определенный период времени, как правило, за один календарный год.

T_i – показатель внутреннего туризма, отражающий доходы от туристов, совершивших туристические поездки внутри региона за оп-

ределенный период времени, как правило, за один календарный год.

В большинстве случаев российские регионы имеют все виды туризма, однако они осуществляются в различных пропорциях. По соотношению этих трех показателей можно определить степень туристической привлекательности региона. Каждый показатель является относительной величиной и может представлять собой отношение объема доходов от конкретного вида туризма к общему объему доходов от туристической деятельности в регионе. Например,

$$P_1 = T_e / T_s \quad (4)$$

$$P_2 = T_{ex} / T_s \quad (5)$$

$$P_3 = T_i / T_s \quad (6)$$

где T_e , T_{ex} , T_i – объем доходов, полученных соответственно от въездного, выездного и внутреннего туризма; T_s – общий объем доходов от туристических услуг, оказанных населению в регионе за отчетный период; P_1 , P_2 , P_3 – долевые показатели объемов доходов от выездного, въездного и внутреннего туризма в общем объеме доходов от туристических услуг в регионе.

Соотношение этих показателей позволяет в конечном итоге группировать регионы по уровню туристической привлекательности (табл. 1).

Таблица 1

Уровни туристической привлекательности регионов по соотношению показателей въездного, выездного и внутреннего туризма

№	Соотношение показателей	Уровни туристической привлекательности региона
1	$P_1 + P_2 \geq P_3$	Высокий
2	$P_1 + P_2 = P_3$	Средний
3	$P_1 + P_2 \leq P_3$	Низкий

Примечание. Составлено авторами.

По данным значениям показателей можно сгруппировать регионы ЮФО по привлекательности для туристов, соответственно, с высокой привлекательностью, средней и низ-

кой. В последних внутренних туризм значительно превосходит въездной и выездной туризм в сумме.

Как показано в таблице 2, Волгоградская область, несмотря на развитый рекреационный потенциал и богатое историческое наследие, занимает не лидирующие позиции по данной группе показателей. Потенциал въездного и внутреннего туризма не использован в полной мере. Главной причиной данного положения является недостаточно развитый туристический брэнд региона, недостаточно развитая инфраструктура и вторичный сектор регионального рынка туристических услуг.

Таблица 2

Ранжирование регионов ЮФО по показателю туристической привлекательности *

№ п/п	Уровень туристической привлекательности	Регион ЮФО
1	Высокий	Краснодарский край, Ставропольский край
2	Средний	Ростовская область, Астраханская область, Республика Калмыкия
3	Низкий	Волгоградская область, Республика Адыгея

Примечания. Составлено авторами.

* – однако нужно отметить, что в данном случае расчет производился на основании оценки соотношения объемов соответствующих турпотоков. Однако если производить расчет турпотока на душу коренного населения региона, как это принято в мировой практике, то соотношение может быть несколько иным.

Оценка эффективности регионального туристического комплекса в рамках кластерного подхода. Существенным образом эффективность регионального туристического комплекса повышается при использовании кластерного подхода. Благодаря этому подходу удастся добиться максимального сопряжения первичного и вторичного секторов регионального рынка туристических услуг. В этой связи группировка основных показателей эффективности регионального туристического кластера может быть проведена по следующим направлениям:

– показатели, отражающие общие результаты деятельности регионального туристического кластера (рост числа фирм, входящих

в состав кластера, число занятых, объем производства, объем экспорта и др.);

– показатели, характеризующие влияние кластера на развитие территории или регионального рынка (изменение доли внутреннего рынка услуг, динамика выпуска новых товаров и услуг, рост валовых инвестиций и др.);

– показатели, оценивающие деятельность каждого из предприятий, взаимодействующих в рамках кластера (динамика прибыли участников кластера; динамика выручки от реализации основных товаров и услуг; объемы капитальных вложений; увеличение числа новых рабочих мест и др.);

– показатели эффективности использования отдельных видов ресурсов (рекреационных и водных ресурсов, ландшафтного многообразия, информационных и экономических ресурсов и др.) [2, с. 50].

Как известно, экономическая эффективность туристского кластера заключается в том, чтобы при комплексном подходе на каждую единицу затрат добиться существенного увеличения прибыли, чем при единичном подходе каждого отдельного предприятия. Деятельность кластера можно считать экономически эффективной в том случае, если в процессе функционирования кластера повышается эффективность не только отдельных предприятий, но и кластера в целом за счет приумножения положительных последствий взаимодействия [3, с. 143].

В данном случае туристский кластер необходимо рассматривать шире, чем это принято традиционно, и включать в состав его участников предприятия вторичного сектора регионального рынка туристических услуг. В этой связи эффекты (экономические или социальные) от кластерного взаимодействия должны распространяться и на эти предприятия, а не только на турфирмы. Общая эффективность не является наиважнейшим параметром, который определяет дальнейшее участие в кластере. Если каждый участник кластера не будет убежден в собственной выгоде и справедливости распределения общего эффекта, создания кластера не произойдет, а если и произойдет, то его функционирование будет недолговременным [9, с. 42].

Таким образом, экономическая оценка эффективности является важным показателем

работы любой отрасли, предприятия, кластера или регионального производственного комплекса. Экономическая оценка актуальна на любом этапе жизненного цикла предприятия или кластера, экономические показатели дают возможность определить перспективы развития предприятия или комплекса.

Важное значение имеет экономическая оценка эффективности регионального туристского комплекса или кластера. Повышение активности туристической деятельности в регионе способствует созданию дополнительных рабочих мест в индустрии туризма, в стимулировании развития слабых в экономическом отношении регионов, а также в создании дополнительного дохода в смежных отраслях. В соответствии с этим существующая система оценки должна охватывать не только сектор оказания туристических услуг населению, но и производство товаров и услуг во вторичном секторе, связанном с оказанием дополнительных услуг туристам на территории принимающего региона.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование проведено при финансовой поддержке в форме гранта РГНФ и Администрации Волгоградской области, проект № 15-12-34003 «Формирование стратегии развития туристско-рекреационного кластера региона».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антикризисное регулирование экономики региона: мониторинг и политика мобилизации / О. В. Иншаков, А. Э. Калинина, В. О. Мосейко [и др.]; под ред. О. В. Иншакова. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2010 – 328 с.
2. Бороненко, В. Изучение роли кластеров в повышении конкурентоспособности региона / В. Бороненко // Экономист. – 2008. – № 10. – С. 50–51.
3. Ганущак-Ефименко, Л. Н. Конкурентные преимущества кластерообъединенных предприятий на рынке / Л. Н. Ганущак-Ефименко // Актуальные проблемы экономики. – 2010. – № 3 (105). – С. 143–147.
4. Кейнс, Дж. К. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. К. Кейнс // Антология экономической классики : в 2 т. / под ред. И. А. Столярова. – М. : Эконов, 1993. – Т. 2. – 486 с.

5. Курченков, В. В. Влияние деятельности сетевых компаний на развитие регионального потребительского рынка / В. В. Курченков, О. В. Фетисова // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 35. – С. 29–33.

6. Курченков, В. В. Институциональные факторы формирования государственных корпораций в современной российской экономике / В. В. Курченков, Т. Н. Калмыкова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. – № 2 (38). – С. 37–45.

7. Курченков, В. В. Роль государства в консолидации российского капитала на современном этапе / В. В. Курченков // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. – 2012. – № 1. – С. 6–13.

8. Международные экономические отношения. Экономика туризма // Экономическое воздействие туризма. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/EkonTur3.htm. – Загл. с экрана.

9. Федорец, Л. Н. Оценка эффективности деятельности туристического кластера / Л. Н. Федорец // Вектор науки ТГУ. Экономика и управление. – 2011. – № 1 (4). – С. 42–45.

REFERENCES

1. Inshakov O.V., Kalinina A.E., Moseyko V.O., et al. *Antikrizisnoe regulirovanie ekonomiki regiona: monitoring i politika mobilizatsii* [Anti-Crisis Management of the Regional Economy: Monitoring and Mobilization Policy]. Volgograd, Izd-vo VolGU, 2010. 328 p.

2. Boronenko V. *Izuchenie roli klasterov v povyshenii konkurentosposobnosti regiona* [Studying the Role of Clusters in Increasing the Regional Competitiveness]. *Ekonomist*, 2008, no. 10, pp. 50-51.

3. Ganushchak-Efimenko L.N. *Konkurentnye preimushchestva klasteroobedinennykh predpriyatii*

na rynke [Competitive Advantages of the Cluster Joint Ventures at the Market]. *Aktualnye problemy ekonomiki*, 2010, no. 3 (105), pp. 143-147.

4. Keyns Dzh.K. *Obschchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg* [The General Theory of Employment, Interest Rate and Money]. *Antologiya ekonomicheskoy klassiki: v 2 t. T. 2.* [Anthology of Economic Classics. In 2 vols. Vol. 2]. Moscow, Ekonov Publ., 1993. 486 p.

5. Kurchenkov V.V., Fetisova O.V. *Vliyanie deyatel'nosti setevykh kompaniy na razvitie regional'nogo potrebitelskogo rynka* [The Effect of Network Companies on the Development of the Regional Consumer Market]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, 2011, no. 35, pp. 29-33.

6. Kurchenkov V.V., Kalmykova T.N. *Institutsionalnye faktory formirovaniya gosudarstvennykh korporatsiy v sovremennoy rossiyskoy ekonomike* [Institutional Factors Shaping Public Corporations in the Modern Russian Economy]. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2013, no. 2 (38), pp. 37-45.

7. Kurchenkov V.V. *Rol gosudarstva v konsolidatsii rossiyskogo kapitala na sovremennom etape* [The State's Role in the Consolidation of the Russian Capital at the Present Stage]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 3, Ekonomika. Ekologiya* [Science Journal of Volgograd State University. Global Economic System], 2012, no. 1, pp. 6-13.

8. *Mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya. Ekonomika turizma. Ekonomicheskoe vozdeystvie turizma* [International Economic Relations. Tourism Economy. The Economic Impact of Tourism]. Available at: http://tourlib.net/books_tourism/EkonTur3.htm.

9. Fedorets L.N. *Otsenka effektivnosti deyatel'nosti turisticheskogo klastera* [Evaluation of the Effectiveness of the Tourism Cluster]. *Vektor nauki TGU. Ekonomika i upravlenie*, 2011, no. 1 (4), pp. 42-45.

**ESTIMATION OF ECONOMIC EFFICIENCY
OF REGIONAL TOURISTIC COMPLEX****Kurchenkov Vladimir Viktorovich**

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of State and Municipal Management,
Volgograd State University
kurchenkov@mail.ru, keprid@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Fetisova Olga Vladimirovna

Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of State and Municipal Management,
Volgograd State University
Fetissova66@inbox.ru, keprid@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Tyutyusheva Anna Gennadyevna

Candidate for a Degree, Department of State and Municipal Management,
Volgograd State University
Shewnina.an@yandex.ru, keprid@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Matina Elena Sergeevna

Postgraduate Student, Department of State and Municipal Management,
Volgograd State University
Matina81@mail.ru, keprid@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article describes the features of the development of the regional touristic complex in modern conditions and determines the direction of realizing the potential of the regional market of tourist services. The authors reveal the multiplicative interrelation for analyzing the interaction of the primary and secondary sectors of the regional market of tourist services. The key indicators of efficiency are outlined, the extent of their relevance for assessing the potential of international tourism in the region is revealed. The authors calculate the relative indicators reflecting the dynamics of incomes from inbound, outbound and domestic tourism in relation to the total income from tourism activities in the region during the reporting period, usually for one calendar year. On the basis of these parameters, the classification of the regions of the Southern Federal District in terms of tourist attraction is carried out. The authors determine the reasons of the low tourist attractiveness of the Volgograd region in comparison with other regions of the Southern Federal District. It is substantiated that the potential of expanding tourism activity is not fully realized today in the Volgograd region. The technique of analysis and evaluation of the effectiveness of regional touristic complex on the basis of cluster approach is suggested. For analyzing the effectiveness of regional tourism cluster the authors propose to use indicators that reflect the overall performance of the regional tourism cluster, characterizing the impact of cluster development of the area, or the regional market, as well as evaluating the performance of each of the companies cooperating in the framework of the cluster. The article contains recommendations to the regional authorities on improving the efficiency of regional touristic complex in the short- and long-term prospects.

Key words: tourism, domestic tourism, tourist services, market of tourist services, regional touristic complex, efficiency of regional touristic complex, tourist cluster.