

Османов Махат Амираслан оглы

аспирант

АОЧУ ВО «Московский финансово-юридический университет МФЮА»

г. Москва

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ РЫНОК

Аннотация: в статье дается оценка важности комплексов мероприятий для формирования регионального туристского рынка. Определяются основные параметры для формирования региональных туристских элементов. Уточняется полный перечень характеристик туристских элементов.

Ключевые слова: туристский рынок, продукт, элемент, населенный пункт, туризм.

Современные региональные туристские рынки как социально-экономическая подсистема обладают специфичными свойствами, основные из которых – территориальная привязка, единое экономическое поле, также туристский рынок может определяться исходя из ограниченного запаса ресурсов, в частности: кадрового, финансового, сырьевого и др. Весомую долю туристского рынка занимает продукция местных производителей, которые могут использовать в производстве сырье, закупаемое в других регионах. Долгое время в исследованиях развития территорий сектор туризма считался сферой, которая вообще не приносит пользы обществу. Этот подход был опровергнут после серии работ зарубежных и российских ученых, которые показали, что серьезные социальные, экологические и экономические негативные последствия для общества и социального развития. В 2003 году американские исследователи провели исследование, которое доказало влияние индустрии туризма на все секторы и подотрасли экономики общества. Туристы оказывают большое давление на окружающую среду и на жизнь местного населения: увеличивается плотность движения на дорогах, растет преступность, падает уровень экологии. Как и концепция устойчивого экономического развития, концепция устойчивого развития туризма также возникла в ответ на «безудержный рост туристического сектора» и влияние этого роста на

туристические районы, включая экологические и социальные аспекты. В качестве критериев устойчивого развития территориальной социально-экономической системы, могут выступать следующие:

- экономический рост (валовая добавленная стоимость в расчете на душу населения),
- сокращение разрыва в доходах населения рассматриваемой территориальной социально-экономической системы к среднерегиональным значениям,
- снижение долговременной нагрузки на окружающую среду и обеспечение восстановления природных ресурсов,
- поддержание комфортной предпринимательской среды, обеспечивающей социально-экономическое развитие территориальной социально-экономической системы при недопущении ее экологической.

Экономическая сторона предполагает наличие для общества такой экономической выгоды от туристской деятельности, которая способна покрыть издержки по всем услугам, связанным с обслуживанием туристического потока, и обеспечить дополнительный доход населению, компенсирующий все неудобства, связанные с туристами.

Стоит отметить факторы, влияющих на формирование территорий в туризме (рисунок 1.1).



Рис. 1.1. Основные факторы, влияющие на развитие территорий

Региональный туристский рынок представляет собой единое ценовое пространство; туристский рынок во многом находится в зависимости от особенностей региона, например, природа, климат и т.д. [3]. Под региональным туристским рынком целесообразно понимать комплекс мероприятий в отношении туристских продуктов и услуг, имеющих характер производства и потребления, который реализуется в определенных границах региона, в котором присутствуют продавцы и производители данного вида услуг. Отметим, что туристские рынки в основном формируются на туристских продуктах, которые состоят из туристских элементов.

В процессе формирования региональных туристских элементов, полный перечень характеристик текущего состояния перспективных туристских кластеров выявляется по следующим параметрам:

- по удаленности населенных пунктов кластера от областного центра (характеристика потенциальной доступности и продолжительности посещения, находящихся между собой в обратной зависимости);

- по удаленности населенных пунктов кластера друг от друга (характеристика степени локализации);

- по удаленности 3-х ближайших населенных пунктов кластера друг от друга (характеристика степени локализации и наличия межмуниципального ядра кластера);

- по обеспеченности населенных пунктов кластера инженерными сетями: электро-, водо-, газо-, теплоснабжения и водоотведения (характеристика качества пребывания);

- по доли содержательно обоснованных приоритетных видов туризма из общего числа предполагаемых специализаций по видам туризма (характеристика полноты имеющейся информации содержательного плана по объектам туристской инфраструктуры кластера);

- по сезонности туризма;

- по количеству и единовременной предельной вместимости туристских объектов кластера, в т.ч. специализированных коллективных средств размещения (характеристика потенциального турпотока);

- по количеству и единовременной предельной вместимости гостиниц и аналогичных средств размещения кластера (характеристика потенциального турпотока) [1].

Для продвижения регионального туристского продукта и повышения информированности о нем, на внутреннем и внешнем рынках, нужно ряд мероприятий:

– по развитию информационно коммуникационной инфраструктуры; созданию профильных сообществ на социальных медиа-площадках и сервисах потокового видеовещания;

– интеграцию регионального туристского продукта в цифровое коммуникационное пространство и отдельные сервисы – навигационные и картографические, голосовые помощники,

– приложения для бронирования и приобретения билетов и пр.;

– разработке программы событийного туризма [2].

Опираясь на вышеизложенное, можно считать, что понятие регионального туристского рынка это как совокупность взаимоотношений продавцов, покупателей и потребителей туристских продуктов, производимых и потребляемых в территориальных границах отдельного региона.

Список литературы

1. Мекуш Г.Е. Кластерный подход в развитии сибирских регионов / Г.Е. Мекуш, Е.О. Ушакова // Интерэкспо Гео-Сибирь (2017). – Сибирский государственный университет геосистем и технологий. – Т. 3. – №2. – 2017. – С. 3–7.

2. Леушина О.В. Особенности развития региональных туристских комплексов / О.В. Леушина., Г.Н. Квита // Наука и инновации: исследование и достижения. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза. – 2019. – 89–92 с.

3. Соболева Е.А. Статистика туризма: статистическое наблюдение: учеб. пособие / Е.А. Соболева // Финансы и статистика. – М., 2004. – 160 с.