

УДК 338.486

БОЛЬШАКОВ СЕРГЕЙ НИКОЛАЕВИЧ

д.э.н., профессор, ГАОУ ВО
«Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина»,
e-mail: snbolshakov@mail.ru

МИХАЛЬЧЕНКОВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

к.э.н., доцент ФГОУ ВО
«Сыктывкарский государственный университет имени П.А.Сорокина»,
e-mail: mehedova@yandex.ru

DOI 10.26726/1812-7096-2019-2-125-137

СОСТОЯНИЕ И ОЦЕНКА РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ КОМИ

Аннотация. *Целью работы* является анализ потенциала рынка туристических услуг региона, оценка удовлетворенности потребителями услугами рыночной инфраструктуры. **Методологической основой** исследования является структурно-функциональный анализ и методы социологического исследования социально-экономических явлений и процессов. На основе структурно-функционального анализа, методов социологических оценок подробно раскрываются условия реализации потенциала туристического рынка региона. В статье делается вывод о трендах развития рынка, демонстрирующего спрос на экотуризм и этнотуризм. Приводится оценка ресурсов региона, стимулирующих спрос на туристские услуги. В статье авторы сформулировали ключевые особенности позиционирования Республики Коми как туристской дестинации. На примере комплексной социологической оценки рынка туристских услуг приведены результаты мониторинга туристического потенциала Республики Коми. Раскрыты оценки жителями региона уровня цен, качества туристских услуг и насыщенности рынка организациями сферы туризма. Сформировавшиеся условия являются недостаточными для развития сферы туризма в приарктической зоне РФ, необходимы активные усилия региональных органов власти по стимулированию и созданию условий развития туризма в условиях глобализации экономики. **Результаты исследования** могут применяться при обосновании и разработке региональной стратегии развития туристической отрасли или туристического кластера региона.

Ключевые слова: рынок туристских услуг, дестинация туризма, качество услуг, экономика региона, стратегическое управление.

BOLSHAKOV SERGEY NIKOLAEVICH

doctor of Economics, Professor, GAOU IN
"Leningrad state University named after A. S. Pushkin",
e-mail: snbolshakov@mail.ru

MIKHALCHENKOVA NATALYA ALEKSEEVNA

Ph. D., associate Professor of
"P. A. Sorokin Syktivkar state University",
e-mail: mehedova@yandex.ru

THE STATE AND TOURISM SERVICES MARKET ASSESSMENT IN THE KOMI REPUBLIC

Abstract. *The purpose* of the article is to analyze the potential of the tourism market in the region, to evaluate customer satisfaction with the services of market infrastructure. The study relies on the following methods: structural and functional analysis and methods of sociological research of socio-economic phenomena and processes. Based on the structural and functional analysis,

methods of sociological assessment, and the conditions for realizing the potential of the tourism market of the region are identified in detail. The article concludes on the market development trends demonstrating the demand for ecotourism and ethnic tourism. The estimates on resources of the region stimulating the demand for tourism services are provided. The authors have formulated the key features of positioning the Komi Republic as a tourism destination. Based on the complex sociological assessment of tourism services market the results of the monitoring of the tourism potential in the Komi Republic are provided. The assessment results among the residents on the quality and/or satisfaction with the level of prices, tourism services and saturation of the market by tourism companies are presented. The current conditions are insufficient for developing the tourism in the Arctic zone of the Russian Federation; hence active efforts of regional authorities to stimulate and create conditions for the development of tourism in a globalized economy are required. The findings of the study can be used in substantiating and elaborating a regional strategy for the development of the tourism industry and/or tourism cluster of the region.

Keywords: *Tourism services market, tourism destination, quality of services, regional economy, strategic management*

Неразвитость внутреннего туризма автоматически ведет к ограничению возможности приема и зарубежных гостей. Средства размещения, туристская инфраструктура едины для отечественных и зарубежных туристов.

Для Республики Коми как изначально нетуристического региона развитие въездного туризма имеет значение, прежде всего, с точки зрения диверсификации экономики и, как следствие, повышения ее устойчивости.

Вместе с тем актуальной проблемой остается обеспечение потребности субъектов туристического рынка в надежных данных, характеризующих состояние и развитие туристической отрасли, для разработки и реализации стратегических управленческих решений.

Центральным понятием кластера являются туристские ресурсы, именно им принадлежит решающая роль в развитии туризма, так как они в большей степени являются основным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках.

В Законе РФ об основах туристской деятельности в Российской Федерации дается следующая трактовка туристских ресурсов: «Это природные, исторические, социально-культурные объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [1].

Для достижения целей следует реализовать следующие мероприятия:

1. Создание «Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Коми» в составе «Схемы территориального планирования Республики Коми».

2. Проектирование развития территорий приоритетных для развития туризма.

3. Поиск стейкхолдеров и партнеров (туроператоров и турагентов), заинтересованных в развитии партнерских отношений с точки зрения разработки и продвижения новых продуктов.

4. Включение отдельных видов туристских услуг, предлагаемых местными фирмами, в международные туристские маршруты. Встраивание в международные туристские маршруты и в международные системы туристской логистики (финно-угорские направления сотрудничества).

5. Разработка и продвижение международных проектов в области брендинга территории, возрождения финно-угорских и коми традиций, выход на наднациональный уровень маркетинга продвижения туристических продуктов Республики Коми и продвижение бренда Республики Коми для территории региона и реализуемых турпродуктов.

6. Развитие комплексных информационных и сетевых систем продвижения турпродуктов.

7. Формирование единой геоинформационной подсистемы инвестиционных объектов (включая земельные участки, перечень объектов инфраструктуры и анализ их состояния, а также перечень доступных объектов показа), всесторонняя информационная поддержка индустрии туризма на территории республики, в которую включаются такие элементы, как информационные туристские порталы, туристские ГИС, электронные системы бронирования, электронные системы обслуживания.

Преимущества туристского кластера, по нашему мнению, следующие:

- Компактное расположение нескольких туристических объектов региона.
- Единая инженерная и транспортная инфраструктура на весь кластер.
- Согласованная программа продвижения турпродукта.
- Организация серьезной работы по обучению персонала, возможность привлечения внешних квалифицированных кадров.

– Активизация деятельности предприятий для удовлетворения растущих потребностей в качественных туристских услугах при увеличении региональных туристских потоков.

Мотивация интереса к туризму связана с разными факторами: наличием высокого туристического потенциала; наличием хорошего опыта по приему туристов (и необходимости технологий по переводу этого опыта на новый качественный уровень); потребностью в развитии альтернативных секторов экономики.

Среди базовых субъектов стратегического управления туристической отраслью в Республике Коми можно выделить [3]:

- органы государственной власти, которым необходимы данные об эффективности реализации существующих программ развития отрасли, а также прогнозы для разработки новых инструментов программно-целевого воздействия;
- органы муниципальной власти, которым необходимо привлекать инвесторов для развития туристской инфраструктуры;
- частных инвесторов, которым необходимы данные для оценки целесообразности долгосрочных вложений в те или иные туристские проекты.

Интенсивный рост численности городского населения практически во всех развитых и развивающихся странах мира ведет к развитию так называемых «городских» видов туризма и, шире, туризма, ориентированного на горожан (туризм выходного дня, экологический туризм на территориях, непосредственно прилегающих к крупным мегаполисам, – класса bird-watching, сельскохозяйственного туризма и др.)

Широкое распространение интернет-платформ (класса booking.com, skyscanner.ru и др., а также социальных сетей всех типов) является стимулом для изменения форматов капитализации спроса на туристические и сопутствующие услуги. В последние 5–7 лет в развитых странах наблюдается существенный рост так называемого индивидуального туризма. Отдельной составляющей развития информационных систем, влияющей на рынок туризма, является повсеместное распространение мобильных устройств и реализация концепции «дополненной реальности». В подобном контексте неотъемлемой составляющей развития туризма и туристических дестинаций является комплексное информационное сопровождение.

Типы туризма	2012	2015	2020	2030
Развивающиеся типы туризма	Экстремальный туризм	Туризм за новыми опытами	Образовательный туризм	
	Этнографический туризм	Корпоративный туризм	Духовный туризм: туризм за смыслами	
	Оздоровительный туризм	Бестехнологичный туризм	Виртуальный туризм	
	Спортивный туризм	Туризм по обмену		
Затухающие типы туризма	Групповой туризм			
	Стандартные пакетные туры		Шопинг туризм	
			Рекреационный (пляжный) туризм	

Ожидаемая динамика развития туризма в России (2012–2030 гг.)

Результаты проведенного исследования позволяют выделить следующие ключевые тенденции развития туризма в российских регионах как самостоятельных туристических дестинациях (рис.):

1. Активное переформатирование городского пространства с целью повышения его удоб-

ства, информативности, привлекательности для разных групп туристов. Насыщение городского пространства разными смыслами с обязательным акцентом на утилитарное удобство. Ключевыми параметрами этих пространств являются: использование новейших информационных и коммуникационных технологий; оригинальный городской дизайн; пешеходная доступность. Наличие современной городской инфраструктуры также является обязательным требованием успешного развития туризма в городах.

2. Активное развитие информационных технологий: акцент на предварительной подготовке туристов (они знакомятся с дестинацией еще до приезда и приезжают уже подготовленными).

3. Сокращение доли посредников на рынке, переключение на модель продаж через Интернет от производителя турпродукта непосредственно конечному туристу. Также эта ситуация означает усиление конкуренции в каждом сегменте туристической отрасли.

4. Основная конкуренция осуществляется не внутри въездного туризма в целом, а в рамках того или иного сектора туризма (культурный, экологический, горный, «море и солнце» и т. п.). Всего эксперты выделяют более 60 секторов туризма в мире, каждый из них интересен и в каждом из них разворачивается конкурентная борьба.

5. Рынок демонстрирует растущий спрос на экотуризм и этнотуризм, что открывает большие возможности для Республики Коми в целом и Сыктывкара в частности. Экотуризм и этнотуризм являются ключевыми направлениями развития туризма в регионе. Также нужно учитывать, что в целом туризм в регионе планируется развивать под брендом «Эко-республики».

6. Тренд индивидуализации туризма не является новым в масштабах мирового рынка, однако, учитывая отставание Сыктывкара как туристической дестинации, этот тренд можно назвать актуальным для города. Поездки все чаще планируются и бронируются индивидуально, в рамках индивидуальных, а не групповых туров, с минимальным использованием посредников. Для территории это означает необходимость организации возможности прямых продаж турпродукта, с прямым взаимодействием покупателя (туриста) и поставщика туристической услуги.

В настоящее время в Республике Коми наблюдается разрыв между уникальными туристическими ресурсами, не имеющими аналогов не только на северо-западе РФ, но и в стране в целом, и достаточно низким уровнем развития туристского рынка. Данный разрыв обусловлен целым рядом объективных сложностей, связанных с удаленным географическим расположением региона и его основных туристических достопримечательностей, а также с низким уровнем развития туристической инфраструктуры.

Вместе с тем за последние 2–3 года региональными органами управления туризмом была проделана большая работа по развитию туристского рынка Республики Коми. В частности, был разработан и успешно внедрен туристский бренд региона, учреждены и проводятся знаковые туристские события (например, форум «Еж», «Лямпиада» и др.), уточнена специализация региона на туристских рынках, разработаны новые туристские продукты.

Согласно некоторым экспертным оценкам, объем въезда в республику превышает 200 000 человек, однако до 80% этого потока составляют бизнес-туристы (командировочные). Сейчас эта часть потока никак не капитализируется, несмотря на то что она представляет собой платежеспособную аудиторию, готовую платить за качественные туристические продукты.

Между тем портфель туристических продуктов региона следует признать несбалансированным. В нем почти отсутствуют предложения, ориентированные на массового туриста, привыкшего к комфорту и не обладающего выдающейся физической формой.

Среди наиболее перспективных направлений развития туризма в регионе можно выделить экологический, сельский, этнокультурный, событийный, а также конгрессно-научный.

На территории Республики выделяются несколько туристических протокластеров, ориентированных на разные виды туризма с уже существующим или потенциальным туристическим потоком [5]: Сыктывкар и окрестности (культурно-познавательный, паломнический, конгрессно-научный туризм); Ухта (конгрессно-научный туризм); Усть-Цильма и Ижма (этнокультурный и событийный туризм); Приполярный Урал (природно-активный туризм); Воркута (возможная точка старта маршрутов по Арктике, а также возможный центр мемориального туризма); Мань-Пупунер как наиболее известная достопримечательность региона.

Существует перспектива позиционирования туристского потенциала мемориального туризма и Мань-Пуунер в Республике Коми в сравнении, соответственно, с мемориалом «Освенцим Аушвиц» (Польша) и комплексом «Стоунхедж» (Англия).

Проведем оценку наиболее перспективных туристских ресурсов региона (табл. 1):

Таблица 1

Характеристика ресурсов Республики Коми

Характеристика природно-рекреационных ресурсов Республики Коми	
Климатические	Низкий потенциал, неблагоприятное влияние на туризм (суровый климат)
Водные	Высокий потенциал: реки, озера с большим запасом промысл. рыб
Лесные	Высокий потенциал: большие массивы девственно чистого леса. Тундровая зона (Усть-Цильминский и Воркутинский р-ны)
Минеральные ресурсы	Высокий потенциал: уникальная минерально-ресурсная база
Ландшафтные	Высокий потенциал: большое количество живописных видов
Растительный и животный мир	Высокий потенциал: наличие большого числа животных (охота)
Рельеф	Высокий потенциал: вершины Приполярного Урала
Пещеры	Высокий потенциал: наличие ряда интересных пещер для осмотра
Национальные парки	Высокий потенциал: Печоро-Илычский заповедник, Югыд Ва
Характеристика культурно-исторических ресурсов Республики Коми:	
Мифология	Богатая мифология финно-угорских народов, магия, фольклор. Старообрядцы (Удора и Усть-Цильма)
Ремесла	Высокий потенциал: культура, обряды, промыслы коренного населения
Музыка, театр	Низкий потенциал: «провинциальность», низкая привлекательность для туристов
Археологические объекты	Высокий потенциал: наличие стоянки эпохи палеолита и кладбища мамонтов (д. Бызовая), пещеры и святилища финно-угорских народов
Исторические объекты	Средний потенциал: как таковые, исторические объекты отсутствуют, однако есть потенциал раскрутки объектов из советского наследия. Особняком стоят объекты, связанные с ГУЛАГом.
Религия	Высокий потенциал: старообрядческие церкви; места, связанные со Стефаном Пермским; скиты на р. Печоре
Характеристика социально-экономических ресурсов Республики Коми	
Транспорт	Низкий потенциал: республика удалена от центров страны; сами достопримечательности внутри региона труднодоступны
Общее развитие	Средний потенциал: регион имеет богатую сырьевую базу, однако общий уровень жизни в нем средний
Кадры	Низкий потенциал: наблюдается нехватка кадров в ключевых направлениях туриндустрии
Образ жизни и отдыха	Местное население предпочитает выезжать на отдых за пределы республики; есть потенциал развития собственных рекреационных ресурсов

Сфера туризма представлена 115 туристическими фирмами и 3 туроператорами по внутреннему туризму, 132 туристскими объектами с суммарной единовременной вместимостью 6251 мест (по данным на 1 января 2016 г.). Подавляющее большинство туристских фирм (98%) имеют частную форму собственности. Сегодня в Республике Коми функционируют более 40 гостевых домов, предоставляющих услуги в сфере сельского туризма. На базе 10 крестьянско-фермерских хозяйств развивается агротуризм. Наиболее крупными организациями, осуществляющими деятельность в сфере внутреннего и въездного туризма на территории Республики Коми, являются Национальный парк «Югыд ва» и Печоро-Илычский государственный природный биосферный заповедник. В регионе реализуются 111 туристских продуктов,

включающих в себя комплекс услуг по проживанию, питанию, сопровождению и экскурсионному обслуживанию туристов.

Анализ программных документов, регулирующих развитие туризма в регионе, а также итогов интервью с экспертами позволяет сформулировать следующие ключевые особенности позиционирования Республики Коми как туристской дестинации.

Применительно к ключевым целевым группам и их потенциальным интересам сформулируем ключевые идеи позиционирования туристского потенциала Республики Коми:

А. Туристы.

Туристское позиционирование региона для целевой аудитории «Туристы» формулируется следующим образом.

Экореспублика Коми – место, где сбываются мечты, территория удивительных обретений. Специально для каждого из нас природа тысячелетиями создавала возможности обрести гармонию и душевное равновесие, почерпнуть энергию и восстановить силы, получить ни с чем не сравнимое удовольствие от погружения в красоту окружающего мира, вздохнуть полной грудью, ощущая невероятную свободу, восхититься богатством и щедростью земли, замереть, слушая стук собственного сердца в звенящей тишине простора и каждой своей клеточкой ощутить принадлежность миру.

Экореспублика Коми – чудом уцелевший остров гармоничного сосуществования и взаимного уважения всех элементов природы. Здесь нет догматичного царствования технокцивилизации в лице человека, здесь вообще нет царей – это республика, а человек – равноправный ее гражданин.

Все места природной энергии на свете доступны, но вот сама природная энергия доступна только тем, чье сознание экологично, тем, кто понимает, что возможность окунуться в живой мир, раствориться в нем, стать его частью – доступна только при условии соблюдения главного правила органичной интеграции: для того чтобы попасть из мира урбанистического хаоса в мир экологической гармонии и быть принятым, необходимо пройти через портал – естественный проем в материи времени. Портал – это способ на время перекодировать свое сознание через ритуалы этнического бытия, которые веками выверялись народами – хранителями территорий силы и облекались в форму этнокультуры. Для каждого места природной энергии подходит свой, уникальный портал.

В. Органы государственного управления, правительство, общество в целом.

Чрезвычайно важно, чтобы концепция туристского позиционирования Республики Коми была поддержана и транслировалась, в т. ч., через коммуникации, осуществляемые органами государственного управления и правительством региона.

С точки зрения трансляции идеи туристского позиционирования Республики Коми на представителей данной целевой группы наиболее эффективным представляется следующий подход.

Европейцы, американцы, японцы уже десятки лет живут в обществе с высоким уровнем экологического сознания. В этих странах большой выбор биотоваров и биопродуктов, приняты «зеленые» стандарты строительства, практикуется сортировка мусора, есть велосипедные дорожки, стоянки и службы проката. Озабоченность западных людей вопросами экологии вызывает у нас когда оторопь, когда улыбку, но реже всего – желание последовать их примеру.

Мы надеемся, что все органы государственного и муниципального управления, правительство и общество поддержат экологически корректную позицию республики.

С. Инвесторы и бизнес-сообщество.

Для целевой группы представителей бизнеса предлагается следующая интерпретация основной идеи позиционирования региона.

«Общество XXI в. не против благ цивилизации. Мы – за корректность потребления экоресурсов. Республика Коми готова предложить весьма привлекательные условия для инвестирования и для развития бизнеса в обмен на проявление экологически ответственной позиции».

Мы поддерживаем:

- проектирование и внедрение новых экотехнологий во всех сферах экономики;
- применение в своей деятельности эко-корректных способов утилизации отходов;
- вклад в разработку и реализацию республиканских программ поддержки репродуктивных

возможностей окружающей среды;

– вклад в программы очищения и возрождения природных ресурсов республики Коми.

Д. Институты поддержки культурных инициатив.

Республика Коми чрезвычайно богата природными и иными туристскими достопримечательностями. Национальный парк «Югыд ва» – крупнейшая в России и Европе особо охраняемая природная территория. Парк «Югыд ва» вместе с Печоро-Илычским заповедником в 1995 г. был включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО под общим названием «Девственные леса Коми» (первая из российских природных территорий, получившая такой высокий статус). В Печоро-Илычском природном биосферном заповеднике работает первая в мире лосеферма.

Визитной карточкой Республики Коми являются столбы выветривания, мансийские болваны, одно из 7 чудес России – уникальный геологический памятник, расположенный на плато Мань-Пупунер. На плоской вершине хребта выстроились в ряд семь каменных великанов, высота которых колеблется от 29 до 49 метров.

Главное богатство республики – национальные традиции, самобытность финно-угорского уклада жизни. Республика Коми традиционно является одним из наиболее активных финно-угорских регионов России, вносящих значительный вклад в развитие финно-угорского сотрудничества. Именно здесь зародилось общественно-политическое финно-угорское движение.

Ф. Жители республики.

Главная ценность Республики Коми – это ее жители, носители финно-угорской культуры, особой экологической ментальности, хранители традиций и уникального культурного кода коми. Именно их трудом, заботой и любовью процветает эта земля.

Туристическая инфраструктура Республики Коми поддерживается наличием объектов туристского показа, широким наличием туроператоров и турагентов, наличием гостиниц и коллективных средств размещения.

Таблица 2

Основные индикаторов мониторинга сферы туризма в Республике Коми

Наименование индикатора (группы индикаторов)	Единиц
Объекты туристского показа/времяпрепровождения	
Количество доступных туристам достопримечательностей	82
Количество доступных туристам достопримечательностей, в т. ч.:	287
Количество внесенных в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО	2
Количество внесенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия	285
Количество доступных туристам искусственных аттракций, в т. ч.:	
– объектов досуга и развлечений	3870
– спортивных объектов	2209
Туроператоры, турагенты, экскурсоводы, гиды-переводчики	
Количество туроператоров, работающих на туристском рынке региона	13
Количество турагентств в регионе	116
Гостиницы и аналогичные коллективные средства размещения (КСР)	
Количество действующих гостиниц	80
Площадь номерного фонда в гостиницах и аналогичных КСР (кв.м.)	50,7
Количество койко-мест в гостиницах и аналогичных КСР (санаторно-курортных, баз отдыха)	3411

Ключевая идея позиционирования Республики Коми выражена в следующем определении: «Республика Коми – гостеприимная территория, успешно интегрировавшая свои уникальные природные ресурсы в активную среду российского и международного рынка экологического туризма».

Ядром туристического предложения региона выступают этнокультурные и природно-рекреационные ресурсы республики. При этом символом, олицетворением данных ресурсов являются столбы выветривания на плато Мань-Пупунер.

Проанализируем результаты мониторинга туристического потенциала и рынка туристских услуг Республики Коми (табл. 2).

Наиболее широкое распространение, по мнению респондентов, имеют предприятия розничной торговли: 23,7% респондентов охарактеризовали количество организаций этой отрасли, относимые к рынку туристских услуг. Вариант ответа «избыточно (много)» выбрали 22,7% респондентов, «достаточно» – 33,9% (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Какое количество организаций предоставляют товары и услуги на следующих рынках вашего района (города)?» (% от числа опрошенных)

Рынок	Избыточно (много)	Достаточно	Мало	Нет совсем	Не ответили
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	1,4	20,7	57,7	19,5	0,6
Рынок туристских услуг	22,7	33,9	30,2	12,7	0,6

Данные таблицы достаточно положительно характеризуют оценку жителями Республики Коми насыщенность в экономике региона организациями, представляющими рынок туристских услуг: 33,9% «достаточно» и 22,7% – «избыточно» по мнению респондентов. При этом две трети (57,7%) опрошенных респондентов отмечают малое представительство на рынке организаций услуг детского отдыха и оздоровления.

Таблица 4

Удельный вес респондентов, отметивших увеличение количества организаций, предоставляющих товары и услуги на следующих рынках Республики Коми (% от числа опрошенных)

Виды рынков	2015 г.	2016 г.
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	13,0	13,5
Рынок туристских услуг	19,8	27,1

Динамика рынка, отмечающаяся насыщенностью организациями услуг детского отдыха и оздоровления и туризма сохраняет положительные значения (+0,5% п.п. и 7,3% п.п.) соответственно (табл. 4).

По сравнению с 2015 г. увеличился уровень удовлетворенности качеством услуг и возможностью выбора услуг (Таблица 106). Наблюдалось снижение доли респондентов, полагающих, что организаций на рынке туристских услуг «мало» или «нет совсем», и увеличение доли респондентов, полагающих, что количество таких организаций «много» (табл. 5).

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос «Какое количество организаций предоставляют туристские услуги в вашем районе (городе)?» (% от числа опрошенных)

Год	Избыточно (много)	Достаточно	Мало	Нет совсем	Не ответили	Итого
2015	4,3	39,5	34,5	21,2	0,5	100,0
2016	22,7	33,9	30,2	12,7	0,6	100,0

На вопрос «Какое количество организаций предоставляют туристские услуги в вашем районе (городе)?» большинство опрошенных в Сыктывкаре выбрали вариант «много» (табл. 6).

Наиболее распространенный ответ респондентов в Печоре, Ухте, Ижемском и Сысольском районах – «достаточно». Респонденты остальных муниципальных образований чаще всего указывали «мало» или «нет совсем».

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос «Какое количество организаций предоставляют туристские услуги в вашем районе (городе)?», (% от числа опрошенных в соответствующем районе (городе))

Район	Избыточно (много)	Достаточно	Мало	Нет совсем	Не ответили
Республика Коми	22,7	33,9	30,2	12,7	0,6
Сыктывкар	65,9	28,7	5,4	–	–
Воркута	13,0	38,5	32,2	16,3	–
Вуктыл	–	22,2	30,6	30,6	16,7
Инта	–	28,7	64,4	6,9	–
Печора	2,0	50,3	28,8	19,0	–
Сосногорск	0,8	25,6	42,6	31,0	–
Усинск	–	22,9	55,7	19,8	1,5
Ухта	8,9	52,9	35,3	2,9	–
Ижемский	–	51,0	27,5	21,6	–
Княжпогостский	–	17,2	27,6	55,2	–
Койгородский	–	–	50,0	50,0	–
Корткеросский	–	30,2	45,3	20,8	3,8
Прилузский	–	–	40,7	59,3	–
Сыктывдинский	–	40,0	48,6	10,0	1,4
Сысольский	–	71,8	25,6	2,6	–
Троицко-Печорский	2,9	17,6	58,8	20,6	–
Удорский	–	26,4	47,2	26,4	–
Усть-Вымский	1,3	31,2	57,1	6,5	3,9
Усть-Куломский	–	33,8	49,3	16,9	–
Усть-Цилемский	–	14,3	51,4	34,3	–

Отвечая на вопрос о том, как изменилось количество организаций, предоставляющих туристские услуги, в течение последних трех лет, 43,2% опрошенных ответили, что не изменилось, 8,5% – снизилось и 27,1% – увеличилось [10].

Респондентов, высказавших неудовлетворенность уровнем цен на рынке туристских услуг, оказалось больше, чем удовлетворенных. Наибольшая доля неудовлетворенных ценами на туристские услуги наблюдалась в Прилузском районе [11] (табл. 7).

Необходимо констатировать отрицательную разницу в ответах респондентов по удовлетворенности ценовыми показателями на рынке туристских услуг (-22,7%) в разнице положительных и отрицательных ответов, но по индикаторам качества туристских услуг и возможности выбора услуг в Республике Коми отмечается положительная динамика в 2016 г.: +12,8% и 15,2% соответственно.

В отличие от результатов предыдущего опроса, в 2016 г. качество услуг респондентами оценивалось чаще положительно, нежели отрицательно. При этом в четырех муниципалитетах (Усинск, Прилузский, Усть-Вымский и Усть-Куломский районы) превалировали негативные оценки по качеству услуг. Наибольшая доля удовлетворенных качеством услуг имела место в

Сыктывкаре (табл. 8).

Возможностью выбора туристских услуг были довольны 46,6%, в то время как годом ранее – всего 30,0% опрошенных [12]. Наибольшая их доля зафиксирована в Сыктывкаре.

Таблица 7

Удовлетворенность респондентов характеристиками рынка туристских услуг, (% от числа опрошенных)

Год	Удовлетворен	Скорее удовле- творен	Скорее не удо- влетворен	Не удовле- творен	Затрудняюсь ответить	Разница положи- тельных и отрица- тельных ответов
Уровень цен						
2015	7,3	20,1	20,7	24,0	27,9	-17,3
2016	7,4	21,1	22,2	29,0	20,3	-22,7
Качество услуг						
2015	7,6	22,5	19,9	21,0	29,0	-10,8
2016	20,9	24,5	19,2	13,4	21,9	+12,8
Возможность выбора услуг						
2015	9,2	20,8	20,7	20,4	28,9	-11,1
2016	26,8	19,8	16,6	14,8	22,1	+15,2

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос «Насколько Вы удовлетворены уровнем цен на рынке туристских услуг вашего района (города)?», (% от числа опрошенных в соответствующем районе (городе))

Район	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удо- влетворен	Не удовлетво- рен	Затрудняюсь ответить
Республика Коми	7,4	21,1	22,2	29,0	20,3
Сыктывкар	-	17,0	28,0	46,1	8,9
Воркута	13,4	16,7	19,7	18,8	31,4
Вуктыл	11,1	13,9	8,3	16,7	50,0
Инта	12,6	12,6	23,0	20,7	31,0
Печора	15,0	37,9	7,8	14,4	24,8
Сосногорск	7,0	25,6	19,4	17,8	30,2
Усинск	3,8	9,2	32,1	25,2	29,8
Ухта	15,5	35,1	15,8	22,4	11,2
Ижемский	37,3	19,6	2,0	11,8	29,4
Княжпогостский	5,2	8,6	25,9	24,1	36,2
Койгородский	4,5	4,5	13,6	40,9	36,4
Корткеросский	–	30,2	22,6	15,1	32,1
Прилузский	–	7,4	33,3	50,0	9,3
Сыктывдинский	1,4	14,3	31,4	32,9	20,0
Сысольский	5,1	33,3	12,8	23,1	25,6
Троицко-Печорский	2,9	23,5	14,7	8,8	50,0
Удорский	11,3	13,2	24,5	26,4	24,5
Усть-Вымский	7,8	19,5	33,8	20,8	18,2
Усть-Куломский	2,8	35,2	18,3	26,8	16,9
Усть-Цилемский	14,3	8,6	14,3	8,6	54,3

В целом по республике отмечается негативная оценка цены на рынке туристских услуг, по показателю удовлетворенности уровнем цен сумма показателей: «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен» составляет 51,2%, положительные оценки показателя цены на туристском рынке наблюдается в г. Ухта, г. Сосногорск, Печора, и в Сысольском, Усть-Куломском, Корткеросском муниципальном районах (табл. 9) [9].

Таблица 9

Распределение ответов на вопрос «Насколько Вы удовлетворены качеством туристских услуг в вашем районе (городе)?» (% от числа опрошенных в соответствующем районе (городе))

Район	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Республика Коми	20,9	24,5	19,2	13,4	21,9
Сыктывкар	44,8	28,3	18,1	-	8,9
Воркута	13,4	17,2	17,6	15,9	36,0
Вуктыл	8,3	13,9	11,1	13,9	52,8
Инта	16,1	14,9	20,7	14,9	33,3
Печора	12,4	42,5	3,9	15,0	26,1
Сосногорск	5,4	24,0	20,9	17,8	31,8
Усинск	4,6	6,9	29,8	23,7	35,1
Ухта	16,7	29,3	16,1	23,6	14,4
Ижемский	37,3	19,6	3,9	9,8	29,4
Княжпогостский	3,4	8,6	22,4	27,6	37,9
Койгородский	4,5	-	27,3	22,7	45,5
Корткеросский	-	35,8	17,0	13,2	34,0
Прилузский	-	3,7	33,3	48,1	14,8
Сыктывдинский	2,9	31,4	31,4	8,6	25,7
Сысольский	-	33,3	30,8	7,7	28,2
Троицко-Печорский	2,9	26,5	17,6	11,8	41,2
Удорский	11,3	24,5	13,2	28,3	22,6
Усть-Вымский	7,8	16,9	35,1	18,2	22,1
Усть-Куломский	2,8	35,2	29,6	22,5	9,9
Усть-Цилемский	11,4	5,7	22,9	8,6	51,4

Не может не настораживать низкий уровень удовлетворенности качеством туристских услуг в Республике Коми, если в целом по региону отмечаются размах оценок, то по отдельным городам и регионам наблюдается негативные оценки («не удовлетворен» и «скорее не удовлетворен»), сумма этих оценок перешагнула рубеж в половине оценок респондентами г. Усинска (53,5%), Прилузском районе (81,4%), Усть-Вымском районе (53,3%), Усть-Куломском и Княжпогостском районе соответственно (52,1% и 50%).

Результаты социологического исследования рынка туристских услуг и удовлетворенность возможностью выбора туристских услуг по региону констатирует положительную оценку респондентами 46,6% (сумма оценок «удовлетворен» и «скорее удовлетворен»), при этом нельзя игнорировать сохраняющийся негативизм по отношению к выбору туристских услуг в ряде муниципалитетов и городов региона, это связано с низким качеством инфраструктуры, транспортной доступности территорий и имеющихся объектов местных туристических объектов (табл. 10).

**Распределение ответов на вопрос «Насколько Вы удовлетворены возможностью выбора туристских услуг в вашем районе (городе)?»,
(% от числа опрошенных в соответствующем районе (городе))**

Район	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Республика Коми	26,8	19,8	16,6	14,8	22,1
Сыктывкар	67,0	18,8	5,4	-	8,9
Воркута	12,6	15,1	20,5	16,3	35,6
Вуктыл	5,6	11,1	8,3	25,0	50,0
Инта	11,5	12,6	18,4	25,3	32,2
Печора	10,5	39,9	6,5	17,6	25,5
Сосногорск	5,4	21,7	20,2	17,8	34,9
Усинск	3,1	6,1	36,6	24,4	29,8
Ухта	14,1	28,4	17,2	25,6	14,7
Ижемский	33,3	19,6	3,9	13,7	29,4
Княжпогостский	3,4	8,6	24,1	31,0	32,8
Койгородский	4,5	9,1	18,2	31,8	36,4
Корткеросский	–	28,3	24,5	13,2	34,0
Прилузский	–	3,7	38,9	46,3	11,1
Сыктывдинский	5,7	12,9	40,0	8,6	32,9
Сысольский	–	17,9	41,0	12,8	28,2
Троицко-Печорский	–	26,5	11,8	20,6	41,2
Удорский	11,3	11,3	22,6	28,3	26,4
Усть-Вымский	10,4	10,4	33,8	15,6	29,9
Усть-Куломский	4,2	42,3	22,5	16,9	14,1
Усть-Цилемский	5,7	5,7	17,1	20,0	51,4

В заключение хочется сказать, что выбранная органами государственного и муниципального управления Республики Коми стратегия позволяет сделать положительные выводы о существенном сдвиге оценок потребителей, в 2016–2017 гг. начинают доминировать положительные оценки и насыщенности рынка организациями в сфере туризма и отдыха, качества услуг и формируемых ценовых предложений. Стратегические решения органов власти в направлении формирования туристического кластера Республики Коми в достаточной мере опираются не только на текущие оценки состояния рынка туристских услуг, но и на комплексный подход в реализации стратегии территориального размещения и планирования объектов инфраструктуры и хозяйствующих субъектов.

Литература

1. О внесении изменений в Федеральный закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федеральный закон от 05.02.2007 № 12-ФЗ // Российская газета. 2007. № 28.
2. Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)»: распоряжение Правительства РФ от 19.07.2010 №1230 – р // Собр. законодательства РФ. 2010. № 30. Ст. 4146.
3. О некоторых вопросах в сфере регулирования туристской деятельности в Республике Коми : закон Республики Коми № 113-РЗ от 01.12.2011 г. // Республика. 2011. № 222-223.
4. О долгосрочной республиканской целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Республики Коми (2010–2012 гг.)» : постановление Правительства РК от 13.05.2010. № 344 // Ведом. нормат. актов РК. 2010. № 51(2).
5. О реализации долгосрочной республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного

- туризма на территории Республики Коми (2010–2012 годы) : приказ Минэкономразвития РК от 19.09.2011 №295 (ред. От 30.11.2011). [не опубликован.]
6. Концепция развития туризма в Республике Коми до 2020 г. (Распоряжение Правительства Республики Коми от 05.08.2008 г. № 257-р). [не опубликован.]
7. Доклад «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Республики Коми по итогам 2016 г.». – Сыктывкар : Мин-во экономического развития Республики Коми. 2017. С. 144.
8. Боголюбов, В. С. Экономика туризма / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М. : Академия, 2005.
9. Отдельные аспекты развития туристской индустрии в Республике Коми : информационно-аналитический бюллетень / Комистат. – Сыктывкар, 2010. № 46-103-100/9. С. 45.
10. Белинская, И. В. Методологические основы оценки региональной инфраструктуры сельского туризма // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2018. №1(50). С.175.
11. Вопросы управления социально-экономическим развитием Ленинградской области : монография ; под ред. проф. Н.М. Космачевой. – СПб. : ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2018.
12. Даниленко, Н. Н. Концепция развития туризма в регионе : основные положения / Н.Н. Даниленко // Регион : экономика, социология. 2010. № 4. С. 37–46.
13. Кротова, Н. В. Концепция развития туризма в России : новое видение и перспективы / Н.В. Кротова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2007. № 4. С. 8–12.
14. Комплексные региональные программы сохранения и использования культурного и природного наследия ; отв. ред. П.М. Шульгин. – М. : РАН; Рос. НИИ культ. и природ. наследия, 2008.
15. Чудновский, А. Д. Социально-экономическое развитие регионов России как фактор формирования спроса на туристские услуги / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенина. – М. : КНОРУС, 2003.
16. Министерство экономического развития РК / Официальный сайт. – URL : www.econom.rkomi.ru (дата обращения: 17.01.2018).
17. Единая информационная система «Туризм в России» / Официальный сайт. – URL : www.rostur.ru (дата обращения: 21.02.2018).
18. Министерство экономического развития РК / Официальный сайт. – URL : www.econom.rkomi.ru (дата обращения: 17.01.2012).
19. Информационное агентство «КомиИнформ» / Официальный сайт. – URL : www.komiinform.ru (дата обращения: 9.02.2012).
20. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Коми / Официальный сайт. – URL : www.komi.gks.ru.

References:

1. About modification of the Federal law on bases of tourist activity in the Russian Federation : the Federal law of 05.02.2007 No. 12-FZ // *Rossiyskaya Gazeta*. 2007. No. 28.
2. About the approval of the Concept of the Federal target program Development of internal and entrance tourism in the Russian Federation (2011-2016): the order of the Government of the Russian Federation of 19.07.2010 No. 1230 – R // *SOBR. legislation of the Russian Federation*. 2010. No. 30. St. 4146.
3. About some questions in the sphere of regulation of tourist activity in the Republic of Коми : the law of the Republic of Коми № 113-RA from 01.12.2011 // *Republic*. 2011. No. 222-223.
4. On the long-term national target program Development of domestic and inbound tourism in the Republic of Коми (2010-2012): decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated 13.05.2010. No. 344 // *Vedom. normat. acts of the RK*. 2010. No. 51(2).
5. On the implementation of the long-term Republican target program Development of domestic and incoming tourism on the territory of the Republic of Коми (2010-2012) : the order of Ministry of economic development of Republic of Kazakhstan dated 19.09.2011 №295 (as amended on 30.11.2011). [not publ.]
6. The concept of tourism development in the Republic of Коми until 2020 (Order of the Government of the Republic of Коми dated 05.08.2008 № 257-p). [not publ.]
7. Report State and development of the competitive environment in the markets of goods, works and services of the Коми Republic at the end of 2016."– Сыктывкар : Ministry of economic development of the Republic of Коми. 2017. P. 144.
8. Bogolyubov, V. S. *tourism Economy* / V. S. Bogolyubov, V. P. Orlovskaya. – Moscow : Academy, 2005.
9. Some aspects of the development of the tourism industry in the Коми Republic : the information-analytical Bulletin / COMSTAT. – Сыктывкар, 2010. № 46-103-100/9. P. 45.
10. Belinskaya, I. V. Methodological bases of estimation of regional infrastructure of rural tourism. *Izvestiya Saint-Petersburg state agrarian University*. 2018. №1(50). P. 175.
11. The issues of socio-economic development of Leningrad region : monograph ; under the editorship of prof.M. Kosmacheva. – SPb. : Lie to them. A. S. Pushkin, 2018.
12. Danilenko, N. N. The concept of tourism development in the region : the main provisions / N. N. Danilenko // *Region : Economics, sociology*. 2010. No. 4. P. 37-46.
13. Krotova, N. The Concept of tourism development in Russia : a new vision and prospects / N. In. Krotova // *Bulletin of the Moscow state University of culture and arts*. 2007. No. 4. Pp. 8-12.
14. Integrated regional programmes for the conservation and use of cultural and natural heritage ; resp. ed. P. M. Shulgin. – М. : Russian Academy of Sciences; ROS. Sri cult. and nature. heritage, 2008.
15. Chudnovsky, A.D. Socio-economic development of Russian regions as a factor in the formation of demand for tourist services / A.D. Chudnovsky, M. A. Zhukova, V. S. Senina. – М. : KNORUS publ., 2003.
16. Ministry of economic development / Official website. – URL : www.econom.rkomi.ru (date accessed: 17.01.2018).
17. Unified information system Tourism in Russia" / Official website. – URL : www.rostur.ru (date accessed: 21.02.2018).
18. Ministry of economic development / Official website. – URL : www.econom.rkomi.ru (date of application: 17.01.2012).
19. Information Agency Комиinform" / Official website. – URL : www.komiinform.ru (reference date: 9.02.2012).
20. Territorial body of the Federal state statistics service of the Republic of Коми / Official website. – URL : www.komi.gks.ru.