

## НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В СТРУКТУРЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КАРКАСА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Шамилева Э.Э.

Институт экономики и управления (структурное подразделение), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», 295015, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 21/4, e-mail: elya\_shamileva@mail.ru

**Аннотация:** В статье изучено влияние факторов внешней среды на деятельность туристических предприятий. Проведена оценка степени важности дополнительных услуг для туристов (клиентов) отельных и гостиничных структур. Проанализирована степень удовлетворенности туристов элементами туристического продукта. Излагаются основные положения ценовой политики при оценке уровня конкуренции в отрасли туризма. Проведена оценка степени удовлетворенности туристов элементами туристического продукта. Сформулированы основные рекомендации для прогрессивного развития рынка туристических услуг в структуре экологического каркаса Республики Крым.

**Ключевые слова:** туристическая услуга, туризм, туроператор, туристско-рекреационный комплекс, экологический каркас.

### ВВЕДЕНИЕ

Важнейшим свойством рыночной экономики является конкуренция. Диагностика конкурентной среды в туристической деятельности должна стать неотъемлемой частью туристического менеджмента. Поддержка конкуренции гарантируется Конституцией Российской Федерации, является одной из основ конституционного строя Российской Федерации, а также постоянным приоритетом государственной политики [1-2]. На фоне наблюдаемого в Российской Федерации роста количества субъектов малого и среднего предпринимательства особенно выделяется отсутствие целостной государственной политики в области государственной поддержки малого и среднего бизнеса [3].

### АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ, МАТЕРИАЛОВ, МЕТОДОВ

Отраслевые и региональные проблемы развития туризма как на макро, так и на микроуровне, отражены в трудах российских исследователей: Азара В., Александровой А., Васильевой В., Веденина В., Гуляева В., Драчевой Е., Джанжугазовой Е., Зорина И., Ильиной Е., Исмаева Д., Квартального В., Козырева Т., Кузнецова Ю., Мироненко Н., Морозова М., Папирына Г., Сенина В., Сеселкина А., Шангелии Н., Юрик Р.

Как показал обзор научной литературы, ученые разделяют конкурентные положительные качества и специфику деятельности туристического предприятия, что формирует интерес в рамках данного исследования.

### ЦЕЛЬ И ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования заключается в разработке рекомендаций для прогрессивного развития перспективного туристического потока на перспективу в соответствии с тенденциями улучшения туристической деятельности, сложившимися на сегодняшний день в сфере туризма и с учетом изменений, которые ожидаются в структуре экологического каркаса Республики Крым.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач: исследованию влияния факторов внешней среды на деятельность туристических предприятий. Оценке степени важности дополнительных услуг для туристов (клиентов) отельных и гостиничных структур. Анализу степени удовлетворенности туристов элементами туристического продукта. Обоснованию основных положений ценовой политики при оценке уровня конкуренции в отрасли туризма. Выявлению степени удовлетворенности туристов элементами туристического продукта в структуре экологического каркаса Крыма.

### ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ

В достаточно сложной макросреде, окружающей предприятие, действует значительно большее количество факторов, чем в микросреде. Факторам макросреды свойственны высокий

уровень вариантности, неопределенности и непредсказуемости возможных последствий. Кроме того, они влияют на предприятие опосредованно. Анализ влияния факторов внешней среды на деятельность туристических предприятий приведен в таблице 1.

Таблица 1.  
Анализ влияния факторов внешней среды на деятельность туристических предприятий в 2015-2019 гг.

Фактор	Состояние фактора	Тенденции развития	Характер (степень) влияния
Уровень инфляции	1,5-2% в месяц	Возможное падение до 1%	Обесценивания денежных ресурсов (-); обесценение кредитных ресурсов (+)
Валютный курс рубля	75-80 руб./ €ВРО	Снижение курса рубля	Увеличение прибыли (+)
Уровень доходов населения	20000-30000 руб./мес.	Постепенный рост	Рост спроса (+); ускорения сбыта (+); увеличение объемов производства (+)
Уровень безработицы	6%- 13%	Рост	Снижение спроса (-)
Уровень процентной ставки по кредитам	10,31%	Стабилизация	Возможность привлечения заемных средств (+)
Значение деятельности для общества	Актуальное	Постоянный рост	Увеличение объемов предложения (+)
Характер спроса	Нестабильный	Постепенная стабилизация	Увеличение объемов реализации за счет роста числа заказов (+)
Качество услуг	Отличается не существенно	Растет	Укрепление позиций на рынке (+)
Доля рынка	15% - 35% услуг по региону (городу)	Увеличение доли	Рост их доли на рынке (+)
Стоимость услуг	Аналогичная с конкурентами	Рост цены	Уменьшение их доли на рынке (-)
Конкуренты	Местные туристические и гостиничные	Увеличение конкурентов	Повышение качества услуг

Изучение и анализ таких категорий, как конкуренция и конкурентоспособность, имеет приоритетное и весомое значение для предприятий туризма и гостиничного хозяйства, поскольку именно сейчас в экономике региона наметились положительные сдвиги, происходит окончательное становление рыночных отношений с другими регионами России, обязательным признаком которых является наличие конкуренции. Изменение социально-экономических условий хозяйствования в России, определение туризма как одного из приоритетных сфер бизнеса для экономики страны, обострение конкуренции на внутреннем и международном рынках туризма, отсутствие весомых научных и экономических исследований в данном направлении, обуславливает необходимость изучения проблем оценки и управления качеством туристических услуг в условиях конкурентной среды и конкурентоспособности туристических предприятий (организаций, фирм) в период цифровизации экономики государства [4].

Поскольку на устойчивое развитие курортно-туристической территории влияют как планетарные, так и локальные факторы, при этом их воздействие может характеризоваться различным по продолжительности временным периодом, целесообразно рассматривать данные факторы в пространственном и во временном аспекте [5].

Государственные органы занимают особое место в числе значимых факторов среды косвенного воздействия поскольку все аспекты деятельности предприятий туристического и гостиничного бизнеса регулируются законодательными актами и нормативными документами.

Уровень процентной ставки по кредитам составляет 10,31%, который со временем стабилизируется и позволит привлечь большее количество заемных средств.

Важный фактор влияния – конкуренты. Местные гостиничные хозяйства имеют тенденцию к развитию своего бизнеса. В последнее время особым интересом пользуются мини-отели.

Результаты исследований по степени важности дополнительных услуг, которые могут предоставляться отелем показали (рис. 1), что наиболее важным для респондентов является наличие горячей воды, душа и сауны (77,9%), следующей услугой по степени важности являются экскурсии (61%), бары и рестораны (57,9%), аттракционы (52,6%) [6].

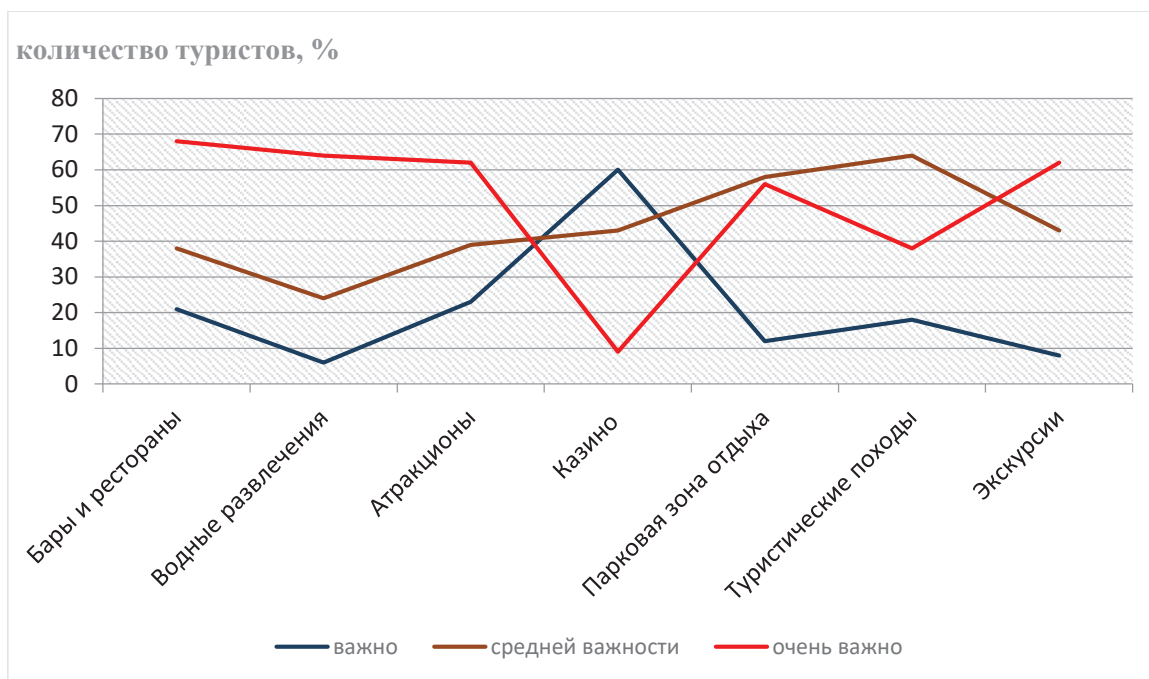


Рис. 1. Оценка степени важности дополнительных услуг для туристов (клиентов) отельных и гостиничных структур

К категории средней важности можно отнести туристические походы (52,6%), наличие парковой зоны отдыха (48,4%). Если говорить о наличии казино в местах отдыха, то 57,9% респондентов считают этот факт не важным.

На рисунке 2 также представлена поэлементная оценка отдыха для туристов.

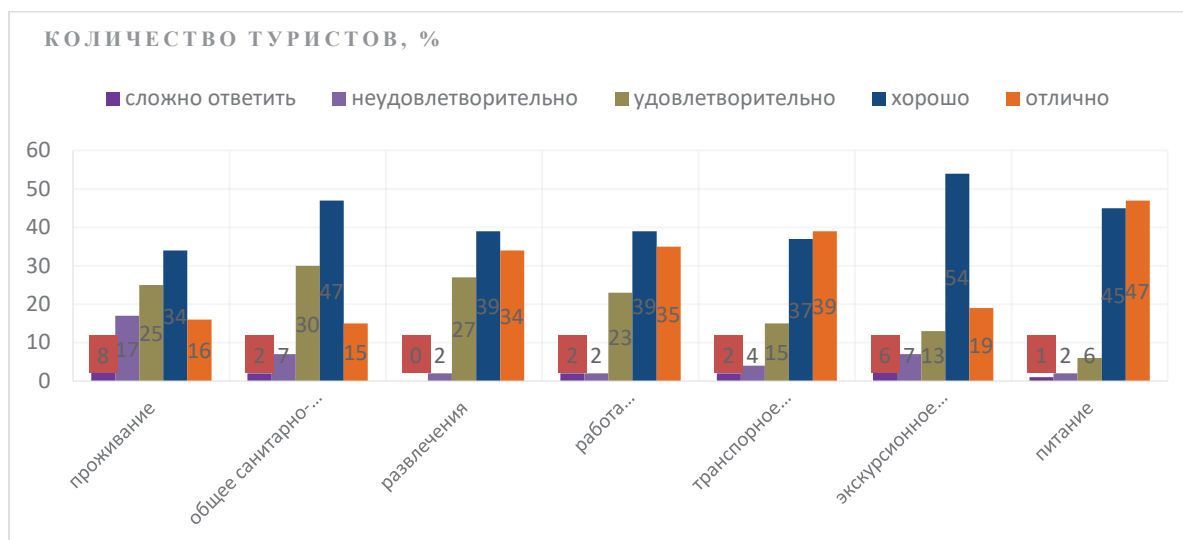


Рис. 2. Оценка степени удовлетворенности туристов элементами туристического продукта в 2015-2019 гг.

Туристы, проживающие в номерах категории "Люкс" выделили четыре из семи дополнительных услуг, которые они отнесли к категории «важные». У туристов номеров "Полу-Люкс" половина услуг относится к категории средней важности, по две услуги – к категории

высокой важности и низкой важности. Отличительной чертой туристов №1 и №2 категории является отнесение ими большинства дополнительных услуг к категории средней важности.

Результаты оценки качества отдыха туристов в отеле свидетельствуют о том, что в большинстве случаев, положительные отзывы туристов о качестве обслуживания отражают следующие виды услуги: питание, проживание и транспортное обслуживание. Наибольшее количество отличных оценок получили такие элементы отдыха как: питание (46,3%), транспортное обслуживание (38,9%). Хорошо оценивают туристы гостеприимство местного населения (58,9%); экскурсионное обслуживание (54,7%); проживание (51,6%); труд обслуживающего персонала (38,9%); развлечения (38,9%). К достаточно новому и современному виду отдыха сейчас можно отнести яхтенный туризм. Однако развитие яхтенного туризма зависит не столько от количественного состава объектов инфраструктуры, сколько от системы управления ними в предоставлении туристских услуг. В зависимости от условий развития инфраструктурного обеспечения яхтенного туризма таковыми могут быть: яхтклуб, яхтенный причал, яхтенная база (стоянка), яхтенный порт (марина) [7].

Не понравилось большинству респондентов в течение указанного периода: наличие высоких цен, недостаточное количество развлечений. По мнению отдыхающих, при формировании туристского продукта необходимо особое внимание уделить расширению перечня дополнительных услуг, разнообразию развлечений и ценовой политике туристических предприятий (организаций, фирм). Изменения в ценовой политике должны коснуться также транспортного и экскурсионного обслуживания. Практически нет претензий со стороны отдыхающих к таможенному обслуживанию, за исключением времени прохождения таможенного контроля и изменения отношения крымских таможенников к туристам, въезжающих на территорию Республики Крым.

Следует отметить, что рост цен на туристические услуги является всемирным явлением и отличается в разных странах мира лишь темпами. Так, за период 2015-2019 гг., наиболее высокие темпы роста цен на гостиничные услуги наблюдались в Великобритании (10-17%); Италии (9-11%); Греции (13-27%); Испании (12-17%); относительно низкие в Австрии (2-8%); Германии (2-7%); Швейцарии (5-9%) [6, 8].

Особенностью установления цен на туристические услуги, как в мировой практике, так и в практике нашей страны, является их дифференциация в зависимости от: 1) форм туризма (групповой, индивидуальный); 2) временных факторов (сезон, не сезон); 3) степени известности туристического центра, региона, т.е. уровня потребительского спроса на него; 4) качества туристического обслуживания.

Результаты проведенных исследований свидетельствуют, что на верхнем уровне тарифы превышают \$1500, тарифы около \$800 относятся к отелям выше среднего уровня, гостиницы среднего и экономического класса имеют тарифы от \$400 до \$200 соответственно. Высший сегмент гостиничного рынка г. Симферополь похож с высококатегорийными гостиницами России (г. Москва), где цены в два раза превышают гостиничные тарифы в таких городах как Будапешт, Варшава, Прага.

Затраты живого и овеществленного труда в цене на услуги отеля составляют примерно 55%, налоги, прибыль, обеспечивающие развитие материально-технической базы, социальной защиты и стимулирования труда персонала соответственно 45% [9].

Прибыль, как источник формирования целого ряда фондов, и прежде всего фондов накопления и потребления, занимает особое место в системе экономических показателей, которые позволяют оценить результаты хозяйственной деятельности туристических предприятий (организаций, фирм). Рентабельность в исследуемом периоде в гостиницах Крыма колебалась в среднем от 54,66 до 81,35%. Доля прибыли в общей стоимости услуг гостиницы за пять последних лет на всех туристических предприятиях выросла [10-11].

Темпы роста цен на услуги (без питания) превышают темпы роста себестоимости, что обусловлено более высоким ростом прибыли. Следует также отметить, что отели выбрали свою стратегию в реализации политики цен в течение 2015 – 2019гг. Самый высокий процент загрузки отелей достигает 65-75%, только 4 крупные гостиницы достигли этого уровня, в остальных отелях уровень загрузки менее 65%, при этом среднерыночная загрузка около 45-50%. Результаты исследований показали, что за последние 2-3 года четко прослеживается сезонность загрузки, как в течение недели, так и в течение года. На примере всех крымских гостиниц можно наблюдать, что уровень стоимости услуг у них колеблется в значительном диапазоне. Такое положение

обусловлено достаточно значительной конкуренцией в сфере гостиничного бизнеса в условиях становления рыночных экономических отношений в России, а также необходимостью для каждого отеля занять свое место на туристическом рынке. Сервис большинства четырех – и три – звездных крымских отелей не соответствуют требованиям европейских стандартов. Для того, чтобы гостиничные предприятия оказывали качественные услуги, нужно постоянно восстанавливать материально-техническую базу. На конец 2019 г. балансовая стоимость основных фондов всех предприятий гостиничного хозяйства Крыма увеличилась на 11% по сравнению с 2015 г. Рост объема доходов от эксплуатации номерного фонда в 2015-2019 гг. осуществлялся преимущественно за счет повышения цен. Основной причиной повышения цен можно отметить рост себестоимости услуг [12-14].

Финансовые возможности потребителей курортных услуг – это важный аспект для формирования маркетинговой политики. Согласно маркетинговому исследованию, проведенного Ассоциацией курортов Крыма в период летнего сезона 2019 года, среднемесячный доход на семью у отдыхающих, приехавших в Крым в 2019 г. составляет от 91 до 100 тыс. руб. – 20,59%. Далее, в порядке уменьшения: доход от 61 до 70 тыс. руб. – 11,99%, от 51 до 60 тыс. руб. – 11,05%, от 51 до 60 тыс. руб. – 8,12%, от 141 до 150 тыс. руб. – 6,33%, от 31 до 40 тыс. руб. – 6,04%. Чуть более пяти процентов респондентов вошли в группы с доходом от 11 до 20 тыс. руб. и от 21 до 30 тыс. руб. (5,29% и 5,95% соответственно). Около 3,3% тех, у кого доход составил от 191 до 200 тыс. руб., более 200 тыс. руб. указали в качестве своего месячного дохода 3,12% отдыхающих [15].

По результатам маркетингового исследования было определено несколько показателей, позволяющих выявить, какую сумму денежных средств расходуют отдыхающие в Крыму. Средняя сумма расходов на семью составила 104,87 тыс. руб. (проживание и питание – 52,94 тыс. руб., транспортные расходы – 59,34 тыс. руб., развлечения – 16,18 тыс. руб.), средняя стоимость отдыха на одного человека составила 33,66 тыс. руб.

Следовательно, наибольшее число респондентов (15,43%) потратили на отдых от 91 до 100 тыс. руб. Еще 9,75% - от 141 до 160 тыс. руб. Более восьми процентов гостей (8,63%) потратили в среднем от 191 до 200 тыс. руб., 8,71% - более 200 тыс. руб. До 30 тыс. руб. на отдых в Крыму потратили 9,36% опрошенных, от 31 тыс. руб. до 60 тыс. руб. – 12,23%, от 61 тыс. руб. до 90 тыс. руб. – 15,51% [15]. Это гораздо больше, чем в 2018 и 2017 гг. В целом тенденция к увеличению стоимости туристических услуг должна сопровождаться повышением их качества. Либо же необходимо снижение стоимости услуг размещения для привлечения большего количества туристов.

Это является важным обстоятельством, поскольку из-за уменьшения цены за проживание возникает возможность расширения ассортимента, увеличения объемов реализации других услуг и в конечном случае – рост доходов гостиничного комплекса в целом. За последние пять лет наблюдается стабильный рост показателей валового дохода, количества обслуживаемых туристов (в среднем 20-23% ежегодно), количества реализованных суточных койко-мест, что подтверждает положительную динамику развития туристического и гостиничного бизнеса в Крыму. На фоне общего повышения цен на услуги гостиниц, стоимость проживания на разных туристических и гостиничных предприятиях значительно отличается. Такая разница в ценах на номера в гостиницах единой категории объясняется тем, что руководство гостиничного бизнеса ведет разную стратегическую политику на рынке, учитывая, что все гостиницы отличаются друг от друга по уровню комфортности, уровню отделки, месту расположения и многими другими показателями.

Определенные трансформации претерпевает структура мотиваций прибытий в Крым. Зафиксировано снижение популярности традиционного пляжного отдыха (в 2018 г. с этой целью прибыла 1/3 туристов) и увеличение спроса на услуги лечебно-оздоровительного туризма (с 17% в 2015 г. до 32% в 2019 г.), культурно-познавательного (соответственно, с 15% до 23%). Наблюдается стабильная тенденция к самостоятельной организации отдыха: по сравнению с 2015 г. в 2019 г. услугами турагентств воспользовалось на 7% меньше респондентов [13-15].

В течение длительного периода главным неконкурентоспособным фактором развития гостиничного хозяйства в Крыму оставалось соотношение цена/ качество. Например, в 2019 г. средняя цена на одноместный номер отелей 3-4\* системы «Все включено» составила: в Ялте -6-12 тыс. руб., в Сочи – 3-7 тыс. руб. [14].

В конце следует отметить, что несмотря на наличие в последнее время в международной практике тенденции к росту цен на туристические услуги гостиничных комплексов, в России

аналогичное явление также развивается ускоренными темпами. Последнее чаще всего обусловлено неумением сравнить уровень затрат и доходов, оценить изменения спроса на услуги отелей.

### **ВЫВОДЫ**

Анализ процессов в сфере туризма позволяет сделать автору подвести некоторые итоги о необходимости разработки прогноза перспективного туристического потока на перспективу в соответствии с тенденциями улучшения туристической деятельности, сложившимися на сегодняшний день в сфере туризма и с учетом изменений, которые ожидаются в структуре рекреационных нужд. Кроме того, только благодаря мобильности ценовой политики можно достичь оптимального объема продаж. Учитывая и обобщая вышеприведенные исследования на отдельных предприятиях гостиничной сферы деятельности Республики Крым, мы считаем, что на всех без исключения туристических предприятиях, при управлении качеством обслуживания должны выполняться следующие основные условия:

- относиться к потребителю как к важнейшему участнику данного процесса;
- при управлении предприятием разрабатывать и выполнять долгосрочные программы относительно усовершенствования всей работы над качеством в деятельности предприятия, продукции (услуг);
- привлекать в процесс улучшения качества всех сотрудников предприятия, как в коллективных, так и в индивидуальных формах; основное внимание уделять усовершенствованию процессов, а не только персонала;
- проводить тщательные исследования низкорентабельных услуг (турпродуктов) и выявлять причины возникновения дефектов, с воплощением корректирующих мероприятий;
- воплощать меры по достижению технического уровня продукции, который превышает уровень ведущих предприятий (организаций, фирм) туризма; развивать комфортность и сервис;
- ориентироваться на удовлетворение потребностей и требований потребителей определенных отраслей или регионов.

Правильная диверсификация инвестиций в туристские программы по развитию малого бизнеса, реализация кластерного подхода в программах туристско-рекреационного освоения региона – это качественная переориентация туристского бизнеса региона на обслуживание внутреннего туризма.

### **ПЕРСПЕКТИВЫ ДАЛЬНЕЙШИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Анализ процессов в сфере туризма позволяет автору подвести некоторые итоги о необходимости разработки прогноза перспективного туристического потока на перспективу в соответствии с тенденциями улучшения туристической деятельности в условиях современной конкурентной среды в сфере туризма и с учетом изменений, которые ожидаются в структуре рекреационных нужд. Кроме того, только благодаря мобильности ценовой политики можно достичь оптимального объема продаж.

Что касается перспективы дальнейших исследований относительно усовершенствования процесса управления качеством в деятельности крымских гостиниц, считаем необходимым, постоянно: разрабатывать и утверждать на предприятиях стандарты обслуживания и сертификацию услуг; широко внедрять цифровые технологии, повышать квалификацию персонала; активно использовать основной и оборотный капитал, финансовые и трудовые ресурсы; расширять ассортимент дополнительных услуг; определить более широкий спектр показателей, которые бы охватывали и отражали отношение прибыли к совокупному капиталу, совокупным расходам. Работать над созданием нового качественного туристического продукта (услуги), учитывая спрос потребителей и их предложения по гибкой ценовой политике; осуществлять контроль за качеством обслуживания как со стороны руководства, так и со стороны персонала и потребителей; руководителям крымских предприятий следует уделять должное внимание социально-психологическому климату в коллективе; совершенствовать технологии процесса обслуживания и организации труда.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Закон Республики Крым от 14 августа 2014 года N 51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым»/

2. Закон Республики Крым от 28 января 2015 года N 76-ЗРК/2015 «О курортах, природных лечебных ресурсах и лечебно-оздоровительных местностях Республики Крым»/
3. Travel Trends Report 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.trekkssoft.com/en/resources-thanks/travel-trends-2019>.
4. Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации: Распоряжение Правительства РФ № 1738-р от 05.09.2015 г. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_185678](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185678).
5. Эколого-экономические аспекты функционирования региональных систем : монография / Под общей ред. д-ра техн. наук, проф. Н.М. Ветровой. – Симферополь : АРИАЛ, 2019. – 244 с.
6. Национальный туристический рейтинг-2019 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019>. (дата обращения 01.05.2020)/
7. Пашенцев А.И. Теоретико-методологические основы регионального эколого-экономического механизма управления / А.И. Пашенцев, А.А. Гармидер // Экономика строительства и природопользования. – 2018. – №3(68). – С. 19-29/
8. Ассоциация по безопасности объектов туристской индустрии «Безопасность туризма» [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_1680.html](https://www.tourismsafety.ru/news_one_1680.html). (дата обращения 12.04.2020)/
9. Федеральное агентство по туризму. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/regions>. (дата обращения 24.04.2020).
10. Шамилева, Э.Э. Концепция устойчивого развития индустрии туризма Республики Крым / I научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Сборник тезисов участников / Симферополь, 2015. – С. 43-45.
11. Шамилева, Э.Э., Бибик, Е.О. Пути повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях рыночной экономики / Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем. – Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. – С. 52-55.
12. Отели и гостиницы Крыма и другие варианты размещения [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g313972-Crimea-Hotels.html>. (дата обращения 26.03.2020)
13. Постановление СМ РК от 29 декабря 2016 года № 650 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017 - 2020 годы». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.pravo.ru/document/view/90575263>.
14. Официальный портал Министерства курортов и туризма Республики Крым / Статистические данные. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>.
15. Итоги исследований 2019 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://100-hotels.ru/itogi-issledovanij-2019>. (дата обращения 10.04.2020).

## SOME FEATURES OF THE TOURIST SERVICES MARKET IN THE STRUCTURE OF THE ECOLOGICAL FRAMEWORK OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Shamileva E. E.

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Crimea

**Annotation:** the article examines the influence of environmental factors on the activities of tourist enterprises. The assessment of the importance of additional services for tourists (clients) of hotel and hotel structures was carried out. The degree of tourists' satisfaction with the elements of the tourist product is analyzed. The main provisions of the pricing policy in assessing the level of competition in the tourism industry are described. The degree of tourists' satisfaction with the elements of the tourist product was assessed. The main recommendations for the progressive development of the tourist services market in the structure of the ecological framework of the Republic of Crimea are formulated.

**Keyword:** tourist service, tourism, tour operator, tourist and recreational complex, ecological framework.