

На правах рукописи

Львова Татьяна Витальевна

**Влияние качества туристских услуг
на экономику дестинации
(на примере города-курорта Сочи)**

08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
(рекреация и туризм)

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Сочи – 2011

Работа выполнена в Московском финансово-промышленном университете «Синергия»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Морозов Михаил Анатольевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
доктор медицинских наук, профессор
Ветитнев Александр Михайлович

кандидат экономических наук, доцент
Шпилько Сергей Павлович

Ведущая организация: Государственный университет управления

Защита состоится 7 декабря 2011 г. в 16.00. часов на заседании диссертационного совета Д 212.255.02 при Сочинском государственном университете по адресу: 354000, г. Сочи, ул. Советская 26а, зал заседаний диссертационных советов.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Сочинского государственного университета, с авторефератом – на сайте <http://vak.ed.gov.ru>.

Автореферат разослан 7 ноября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Матющенко Н.С.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Значение изучения влияния качества туристских услуг на экономику дестинации определяется политикой государства по отношению к долгосрочному социально-экономическому развитию Российской Федерации, выраженной в Концепции «Долгосрочное социально-экономическое развитие РФ до 2020 года», Стратегии «Развитие туризма в Российской Федерации на период до 2015 года». Переход к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны через туризм, определяет данную индустрию в качестве важнейшей сферы деятельности современной экономики. Национальный туризм не приводит к истощению природных ресурсов, экспортоориентирован, обладает мультипликативным эффектом, нацелен на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом мировой туристский рынок характеризуется высокой степенью конкурентной борьбы, одним из главных инструментов которой на сегодняшний день является повышение качества туристских услуг.

Степень научной разработанности проблемы. Концептуальный подход к туристской индустрии, основанный на понятии «дестинация», был изучен по работам Батлера Р.В., Биегера Т., Каспара С., Купера С., Лейпера Н., Морозова М.А., Пайка С., Пирса Д., Плога С.С., Рубиеса И.Б., Рябухи А.Ю. и других.

Изучение теории и практики кластерного подхода развития промышленных предприятий, сферы услуг, туризма и туристских дестинаций, в частности, основано на работах Адамовой К.З., Думной Н.Н., Зырьянова А.И., Клейнера Г.Б., Ковалева Ю.П., Кружалина В.И., Мартышенко Н.С., Морозова М.А., Мышлявцевой С.Э., Полухиной А.Н., Портера М., Пятиной Д.А., Созиевой З.И., Соколова С.Н., Шабалиной Н.В., Юданова А.Ю. и других.

В основу подхода к понятиям «качество», «качество услуг» были взяты взгляды Берри Л., Деминга У.Э., Джурана Д., Зейтамля В., Ильенковой С.Д., Исикавы К., Кедотта Е.Р., Кросби Ф., Ополченова И.И., Парасурамана А., Тагути Г., Тейлора Ф., Терджена Н., Фатхутдинова Р.А., Фейгенбаума А., Шухарта В., Щепетовой С.Е. и других ученых. Изучение качества туристских услуг было произведено в диссертационных исследованиях Басюк А.С., Ополченовой Е.В., Паньковой Т.В. и других авторов, однако, подход к качеству туристских услуг с точки зрения влияния на экономику дестинации использован впервые.

Экономические закономерности развития туризма, влияние на социально-экономическое развитие, специфика туристского мультипликатора представлены в работах Бокова М.А., Джанджугазовой Е.А., Гуляева В.Г., Морозова М.А., Татарина А.А. и других.

При написании диссертации были использованы результаты трудов ученых, изучающих экономику города-курорта Сочи. Большое влияние оказали работы Амирханова М.М., Анисимова В.И., Битюкова И.А., Быкова А.Т., Ветитнева А.М., Винокурова Б.Л., Гварилиани Т.Е., Романовой Г.М.

Вместе с тем в российской монографической литературе в настоящий момент отсутствуют работы, посвященные исследованию вопроса влияния качества туристских услуг на экономику дестинаций. Необходимость теоретического и методологического решения вышеизложенных проблем определило актуальность темы диссертационной работы, ее предмет, цель и задачи.

Объектом исследования является деятельность предприятий сферы услуг муниципального образования города-курорта Сочи Краснодарского края как туристской дестинации.

Предметом исследования является оценка влияния качества услуг предприятий, участвующих в процессе формирования туристского продукта на экономику дестинации.

Цель диссертационного исследования состоит в научном обосновании и разработке методических подходов определения влияния качества туристских услуг на экономику дестинации и формирование эффективно функционирующей и конкурентоспособной туристской дестинации.

Поставленная цель потребовала последовательного решения основных **задач**, включающих:

- выявление роли качества туристских услуг в туристской системе;
- анализ требований к качеству туристских услуг по видам туризма, определение влияния и значения качества туристских услуг для разных видов туризма и сегментов потребителей;
- разработку и апробацию методики по пространственному изучению туристских кластеров и дестинаций;
- применение кластерного подхода к изучению эффективности туристских процессов;
- моделирование дестинаций изучаемого объекта с применением кластерного подхода по видам туризма;
- раскрытие специфики формирования дестинаций на основе оценки качества услуг потребителем;
- определение зависимости экономики дестинации от изменения качества туристских услуг, оказываемых на ее территории.

Гипотеза научного исследования. Эффективная деятельность туристской дестинации во многом зависит от качества туристских услуг, оказываемых на ее территории. Именно по причине ненадлежащего качества туристских и сопутствующих туризму услуг большинство российских туристских центров нельзя назвать дестинацией как для российских, так и для зарубежных туристов. Таким образом, можно с высокой степенью достоверности утверждать, что существует объективная необходимость формирования соответствующего механизма управления, основанного на понимании влияния качества туристских услуг на экономические процессы.

Методология исследования. Основные методологические принципы, лежащие в основе исследования, базируются на фундаментальных положениях российских и зарубежных специалистов в области экономики, качества, сферы услуг, туризма и рекреации. Теоретические исследования диссертации

посвящены формированию положений в области развития дестинаций, проблемам научного подхода к управлению туристской сферой, основанного на повышении качества предлагаемых туристских услуг в соответствии с требованиями рынка.

В исследовании широко используются концепции современной науки управления. Экономические расчеты проводились на основании существующей законодательной базы, действующих норм и нормативов, материалов Федеральной службы государственной статистики РФ, Краснодарского краевого комитета государственной статистики, Сочинского отдела государственной статистики, Управления по курортному делу и туризму администрации г. Сочи.

Авторское статистическое исследование основано на данных по городу-курорту Сочи в СМИ, каталогах, путеводителях, картах. Большое значение для обеспечения исследования имело использование карт Краснодарского края «MapInvest»¹.

Соответствие темы диссертации требованиям паспорта специальности ВАК. Диссертационное исследование соответствует п. 15.11. «Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в сфере рекреации и туризма», п. 15.1. «Развитие теоретических и методологических основ рекреологии и туристской науки в экономико-управленческом аспекте» Паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм)».

Научная новизна диссертационного исследования состоит в решении научной задачи по определению влияния качества туристских услуг дестинации, на экономику туристских территорий.

В рамках диссертационной работы получены наиболее важные результаты, определяющие новизну проведенного исследования:

1. Дополнена общая модель туристской системы, определена значимость предложенных элементов системы для повышения качества оказания услуг дестинации. Доказана необходимость повышения качества услуг в соответствии с потребностями и ожиданиями определенного сегмента туристов дестинации.

2. Выявлено методом декомпозиции влияние и значение качества туристских услуг для разных видов туризма и сегментов потребителей.

3. Разработан метод (картографическая таксономия) и на его основе предложена методика изучения туристских территорий, основанные на пространственном соотношении информации, представленной с помощью территориальных единиц и картографических таксонов.

4. Адаптирован кластерный подход с целью изучения туристских дестинаций.

5. Предложена модель изучения туристских дестинаций как конъюнкция

¹ Краснодарский край [электронный ресурс]: Топографические карты. - 1 : 50 000, 0,5 км в 1 см . – СПб.: MapInvest, 2008. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) - (Серия «Спутниковые, векторные и топографические GPS карты России»)

массивов туристских кластеров по видам туризма.

6. Раскрыта природа формирования дестинаций на основе оценки качества услуг потребителем. Разработана модель туристской системы, показывающая взаимодействие потребителя и производителей туристского продукта с применением кластерного подхода.

7. Выявлены эффекты от изменения качества туристских услуг, раскрыто их влияние на экономику дестинации.

Основные результаты исследования, выносимые на защиту.

Полученное лично автором работы и вынесенное на защиту конкретное приращение научного знания представлено следующими основными результатами:

1. Общую модель туристской системы надо рассматривать через призму влияния на нее качества услуг, на основе использования понятия «туристская дестинация». Мы предлагаем дополнить данную модель двумя самостоятельными элементами (туристский продукт, местное население дестинации), которые имеют высокую значимость и влияют на повышение качества оказания услуг дестинации. На основании систематизации знаний о «туристских дестинациях» можно утверждать, что увеличение разнообразия услуг, повышение их качества в соответствии с условиями формирования «туристской дестинации» влияет не только на развитие туризма, но и на экономику дестинации.

2. Изучение качества туристских услуг следует производить методом декомпозиции (деления на материальную, функционально-сервисную, нравственно-этическую составляющие), так как влияние и значение этих составляющих для каждого вида туризма, для характерных сегментов потребителей велико, разнообразно и неоднозначно.

3. Пространственное изучение туристских кластеров и дестинаций целесообразно производить разработанным нами методом картографической таксономии и по предложенной на его основе методике (апробированной на примере города-курорта Сочи). Данный метод предназначен для построения моделей туристских и других систем. Можно утверждать, что метод способствует построению адекватной модели туристской дестинации через систематизацию и математическую обработку информации, которая будет удобна как для исследования, так и наглядно представлять информацию о ресурсах исследуемого территориального объекта. Ценность данного метода заключается в том, что он позволяет прикреплять кластеры к территории, на которой они расположены и от которой они зависят, а также собирать, хранить, использовать и обмениваться информацией, которая необходима для моделирования туристских дестинаций.

4. При использовании кластерного подхода в туризме, необходимо учитывать специфику туристской индустрии как сферы услуг, а именно, рассматривать «кластер» в контексте туристской дестинации. Повышение эффективности функционирования кластеров разных видов туризма, эффективность туристских процессов дестинации в большой степени зависит от качества туристских услуг.

5. Дестинация объединяет в себе туристские кластеры. Модель изучения туристских дестинаций можно представить как конъюнкцию массивов туристских кластеров по видам туризма. Условия, необходимые для формирования дестинации, распространяются и на кластеры, но каждый кластер по определенному виду туризма имеет свою специфику. То есть, кластеры формируются по требованиям потребителей к ресурсам, инфраструктуре (и их качеству) в зависимости от мотивов их путешествия.

6. В формировании туристских кластеров и дестинаций непосредственное участие принимает турист, который оценивает конкурирующие дестинации и совершает выбор в пользу наиболее соответствующей его личным индивидуальным критериям поиска. Данный тезис в работе представлен моделью туристской системы, показывающей взаимодействие потребителя и производителей туристского продукта с применением кластерного подхода. Построение модели основано, в том числе, на результатах детального изучения сегмента потребителей делового туризма, санаториев города-курорта Сочи.

7. На экономику дестинации влияют сформулированные нами эффекты от изменения качества туристских услуг, оказываемых на ее территории. Выявленные эффекты отражают разностороннее влияние качества услуг на социально-экономические взаимоотношения муниципального образования туристской индустрии и города, региона, страны. Комплексный подход к повышению качества услуг, который учитывает экономические и социальные интересы участников туристского процесса, приведет к полноценному развитию дестинации.

Теоретическое значение полученных автором результатов состоит в том, что на основе системного подхода проведено комплексное исследование проблем, связанных с изучением экономических процессов туристских дестинаций, обосновано значение влияния качества туристских услуг на экономику дестинации. В диссертационном исследовании произведен анализ научного подхода к изучению туризма, основанного на понятиях «кластер», «дестинация», которые в последнее время приобрели большую популярность. Однако среди российских ученых и представителей туристской индустрии нет единого мнения по смысловому содержанию данных понятий. В данной работе осуществлена разработка методики по изучению и оценке конкурентоспособности туристских кластеров и дестинаций согласно авторской модели туристской системы.

Основные выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертации, могут найти применение в научных исследованиях проблем влияния качества туристских услуг на экономику дестинаций субъектов РФ и их муниципальных образований, которое позволит перейти к синергетическому эффекту развития микро и макроэкономики страны.

Практическая значимость диссертационного исследования включает результаты работы:

– описание туристских ресурсов и инфраструктуры Сочинской дестинации, формирование туристских кластеров по видам туризма;

- выявление проблемных вопросов туристской индустрии города-курорта Сочи, разработка и обоснование путей их решения;
- обоснование необходимости повышения качества туристских услуг, выявление эффектов, влияющих на конкурентоспособность туристских предприятий, дестинаций и экономику туристских территорий;
- расширение методического инструментария, готового к эксплуатации научными, административными и хозяйствующими органами при совершенствовании процессов управления экономикой туристской территории.

Материалы исследования могут быть использованы в преподавании экономических и управленческих дисциплин «Экономика предприятий сферы туризма и рекреации», «Управление качеством туристских предприятий», «Государственное и муниципальное управление» и других.

Апробация и внедрение результатов исследования

Работа была подготовлена и прошла обсуждение на кафедре рынка туристских услуг Московского финансово-промышленного университета «Синергия». Основные положения и результаты были представлены на Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, 2007-2011 гг.); на научной конференции «Цивилизация знаний: проблемы модернизации России» (Москва, РосНОУ, 2010, 2011 гг.); на Всероссийской научно-практической конференции «Современные проблемы инновационной экономики регионов России: теоретические и практические аспекты». (Дербент, филиал ГОУ ВПО «ДГТУ», 2010 г.); на VI Всероссийской открытой научно-практической конференции «Актуальные задачи математического моделирования и информационных технологий» (Сочи, СГУСиКД, 2010).

Результаты диссертационного исследования применяются в деятельности комитета по туризму Лотошинского района Московской области. Материалы диссертации реализованы в учебном процессе Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Московского филиала Российской международной академии туризма, Московского финансово-промышленного университета «Синергия», что подтверждается соответствующими документами.

Публикации. Основные результаты диссертации отражены в 14 опубликованных научных работах общим объемом 8,91 п.л. (лично автором – 6,44 п.л.), в т.ч. 5 публикаций в журналах, рекомендованных ВАК, общим объемом 3,96 п.л. (лично автором – 2,80 п.л.).

Структура диссертации. Диссертация состоит из трех глав, включающих 9 разделов, введения и заключения, содержит 39 таблиц, 60 рисунков, 10 приложений.

Во «Введении» обоснована актуальность темы, определены основные цели и задачи выполненного исследования, раскрыта научная новизна и практическая значимость выводов и результатов работы.

В первой главе «Значение изучения качества туристских услуг в аспекте

его влияния на экономику дестинации» проводится анализ понятия «туристская дестинация», которая рассматривается как составляющая туристской системы. Автором предложено и обосновано собственное мнение на составляющие элементы туристской системы. Представлено теоретическое обоснование значения качества туристских услуг для развития экономики дестинации. Автор детально рассматривает качество услуг с точки зрения потребителя, акцентирует внимание на мотивах туризма. Подход к определению конкурентоспособности туристского региона рассматривается через определение понятия «туристская дестинация».

Во второй главе «Анализ значения качества туристских услуг для развития туристской дестинации (по отдельным составляющим качества услуг)» исследуется качество туристских услуг в целом, а также анализируется качество туристских услуг, оказываемых на территории Сочинской дестинации. Подход к изучению предполагает разделение качества услуг на три составляющие (материальная, функционально-сервисная, нравственно-этическая), каждой из которых определен отдельный параграф.

В третьей главе «Моделирование туристских процессов, выявляющих зависимость экономики дестинации от качества туристских услуг» автором проведены исследования по комплексному изучению Сочинской туристской дестинации. Представлен полный перечень туристских ресурсов по видам туризма, информация представлена авторским методом картографической таксономии. В работе проведен анализ смыслового совпадения значений терминов «кластер» и «туристский кластер», выявлены различия между промышленным кластером и кластером в сфере услуг. Автором сформированы туристские кластеры в Сочинской дестинации и представлен их анализ, данные по которым подкрепляются информацией по туристским ресурсам, а также комплексным анализом туристской и общей инфраструктуры дестинации. На основании комплексного изучения Сочинской дестинации были выявлены закономерности влияния качества туристских услуг на экономику туристской дестинации.

В «Заключении» сформулированы основные выводы и результаты диссертационного исследования.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

1. Модель туристской системы как клиентоориентированная система на основе использования понятия «туристская дестинация»

Автором был проведен анализ основных определений понятия «туристская дестинация», используемых в научной литературе (1973-2011 гг.). В результате было выявлено, что все рассмотренные определения можно разделить на две группы по смысловому значению. На наш взгляд существуют два подхода к определению понятия «туристская дестинация», определяющих ее содержание: 1) географический, то есть туристская дестинация – территория, имеющая определенные границы; 2) клиентоориентированный, то есть туристская дестинация определяется привлекательностью, которую она

представляет для определенного сегмента потребителей. По мнению автора, последний подход является основополагающим, показывает специфику термина «дестинация». Данный подход позволяет проследить, как действия других элементов системы влияют на изменение дестинации (ее привлекательности). Если рассматривать туристскую дестинацию только как территорию, то в этом случае понятие «туристская дестинация» не отличается от уже известных в туризме понятий, таких как, например, «туристский центр» и полностью теряет свое смысловое значение. На основании вышеизложенного анализа автором был сделан вывод о целесообразности использования в диссертационном исследовании подхода к определению дестинации, предложенного профессором Морозовым М.А.² Таким образом, в соответствии со смыслом, заложенным в понятие «туристская дестинация», эффективность деятельности туристской дестинации непосредственно зависит от предоставления туристам таких услуг и такого качества, которые они ожидают (желают) получить. То есть отнесение туристского центра к «дестинации» возможно только через анализ качества предоставляемых на данной территории услуг туристской индустрии и сопутствующих отраслей и сфер.

В соответствии с принятым подходом к определению понятия «туристская дестинация», автором предлагается дополнение модели туристской системы Лейпера Н.³ двумя элементами:

– «Туристский продукт» как неотъемлемая часть туристской системы представляет собой комплексный результат взаимодействия элементов туристской системы и должен иметь решающее значение для всех участников процесса. Совместная деятельность независимых друг от друга предприятий по обслуживанию туристов, характеризуется эффектом «слабого звена», когда уровень качества работы всех производителей конкретного турпродукта определяется по наименее качественной услуге, входящей в турпродукт.

– «Население дестинации». В настоящее время при изучении и планировании туризма в дестинации недостаточное внимание уделяется населению дестинации, которое, как правило, если и рассматривается, то в качестве одного из внешних факторов. Однако местное население формирует свое отношение к туристам, создает атмосферу, в которой развивается туризм. Местное население, по мнению автора, – это партнер туристских предприятий. Задача туристской индустрии построить с ним взаимовыгодные отношения. Специфика туризма предполагает, что контакты туристов с местным населением могут рассматриваться ими как составная (иногда неотделимая) часть их путешествия и непосредственно влиять на оценку качества туристских услуг на территории дестинации. Этика туристского бизнеса должна быть построена на принятии концепции взаимодействия туристов и местных жителей «гость и принимающий гостя хозяин», при этом каждый

² Морозов М.А. Туристские дестинации и закономерности их развития: Монография. – М., МИГМТ, 2005. – С. 94-95.

³ Leiper N. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry // Annals of Tourism Research, № 6(4), 1979. P. 390-407.

участник должен видеть выгоду от данного симбиоза. Местные жители должны знать, что туристы дают им возможность получить доход. Им необходимо объяснять, что влияние туризма, благодаря мультипликативному эффекту, распространяется далеко за пределы туристской индустрии.

Модель туристской системы представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 - Модель туристской системы

2. Влияние и значение составляющих качества туристских услуг (материальной, функционально-сервисной, нравственно-этической) для разных видов туризма / сегментов потребителей

Научное изучение управления качеством предполагает различную декомпозицию понятия «качество услуг». Формирование туристской дестинации предполагает изучение экспертных оценок специалистов туристской индустрии, отчетных документов административно-управленческих структур исследуемого объекта, субъективного элемента качества «оценка качества услуг потребителями». На основе анализа информации о массовых туристских дестинациях, было выявлено разное значение качества материальной, функционально-сервисной, нравственно-этической составляющих качества услуг для разных сегментов потребителей. Нами было проанализировано 753 отзыва потребителей по 267 средствам размещения города-курорта Сочи.

Материальная составляющая качества услуг имеет большое значение для формирования туристского продукта. Разные виды туризма предполагают различную материальную базу. Для одних видов туризма она может использоваться по минимуму (например, экологический туризм), для других иметь большое значение (например, курортный туризм). Отдельные виды туризма лояльны к качеству общей материальной базы, но требуют высокого качества специализированной материальной базы (например, спортивный туризм, лечебно-оздоровительный туризм). Таким образом, для разных видов туризма и сегментов потребителей данная составляющая качества туристских услуг будет иметь разную степень значимости. Основное условие положительной оценки потребителем данной составляющей будет соответствие уровня качества его ожиданиям. Даже если качество

материальной базы низкое (за исключением обеспечения безопасности), но турист знает об этом, и заранее согласился с этой спецификой данной дестинации (в соответствии со своей мотивацией путешествия), то он оценит материальную составляющую положительно.

Материальная составляющая туристских, гостиничных услуг, транспортной и другой инфраструктуры города-курорта Сочи в настоящее время, с одной стороны, значительно устарела, с другой стороны, находится в стадии масштабной модернизации в связи с подготовкой к Олимпиаде 2014 года. Особенно строительство затронуло Красную Поляну, Адлерский район, и Центральный район Сочи.

Например, в результате исследования отзывов туристов по самому большому сегменту средств размещения Сочинской дестинации – санаториев, были выявлены следующие проблемные вопросы, на которые обращают внимание туристы: 1) Устаревшая материальная база санаториев, ветхость мебели и текстиля, устаревший дизайн, старая плохо работающая и часто ломающаяся техника. Не соответствующий требованиям потребителей номерной фонд (в 70 % отзывов). 2) Неудобное расположение пляжа, наличие большого количества ступеней и отсутствие лифтов. Свободный доступ на пляж санатория посторонних лиц (в 54 % отзывов). 3) Отсутствие материальной базы для организации досуга отдыхающих (в 42 % отзывов). 4) Отсутствие или низкое качество услуг для детей (в 32 % отзывов). 5) Наличие на территории санаториев разных по качеству корпусов, которые не сегментируются и продаются по одной цене (в 12 % отзывов). 6) Спортивные площадки сданы в аренду посторонним организациям, посетители санатория могут ими пользоваться, только когда они свободны. Спортивные площадки заброшены (в 5 % отзывов).

Функционально-сервисная составляющая качества производимой продукции в сфере услуг имеет свою специфику. Разные виды обслуживания входящие в турпродукт могут иметь разное значение для потребителей. Низкий уровень функционально-сервисной составляющей качества может иметь масштабные последствия: от опоздания по туристскому маршруту, до летальных случаев. В тоже время, как правило, небольшие ошибки функционально-сервисного характера легко прощаются и забываются, в случае их быстрого исправления и не повторения. Последнее утверждение имеет исключения для разных видов туризма (например, при организации делового туризма на высоком уровне качество должно быть гарантированным).

Специалисты в сфере туризма сходятся во мнении о низкой конкурентоспособности функционально-сервисной составляющей качества туристских услуг в России. Конкурентоспособность Сочинской дестинации, как и по России в целом, снижает отсутствие комплексной информации не только о качестве ресурсов, инфраструктуры, но даже об их количестве, месторасположении. Например, в результате исследования туристских информационных ресурсов была получена информация о 1022 средствах размещения Сочинской дестинации общей вместимостью порядка 104 тыс. мест. Из них только 259 (25%) – содержат собственный сайт. Также большой

проблемой является низкое качество услуг, оказываемое персоналом без соответствующего образования, что подтверждается большим количеством жалоб со стороны потребителей, особенно тех, которые имеют опыт получения туристских услуг за рубежом. Например, проанализировав жалобы и отрицательные отзывы на средства размещения Сочинской дестинации, можно выявить несколько узловых составляющих, которые снижают возможности некоторых исследуемых объектов в конкурентной борьбе за клиента: грубый, не дружелюбный персонал (в 5% отзывов); низкая оценка качества услуг службы питания (в 41% отзывов); ранняя выписка из санаториев в день выезда (8:00), возможно даже отсутствие питания в день выезда (в 3% отзывов); отсутствие или низкое качество услуг для детей (в 3% отзывов); отсутствие организации досуга отдыхающих (в 29% отзывов).

Нравственно-этическая составляющая качества туристских услуг имеет большое значение для всех видов туризма и сегментов потребителей. Ошибки в организации туристских услуг нравственно-этического характера потребителями не прощаются и являются решающими для прекращения посещения конкретной дестинации. Культуральные несоответствия недопустимы. Данную составляющую качества туристских услуг можно назвать вероятностной и не очевидной, но весьма важной. Например, предприятие должно постоянно находиться в готовности к чрезвычайным обстоятельствам, и данный показатель посетитель оценит только во время наступления конкретного случая.

В последнее время, уделяется большое внимание нравственно-этической составляющей качества туристских услуг, как со стороны конкретного сотрудника, предприятия, так и индустрии туризма в целом. Особого внимания заслуживают взаимосвязанные причины и последствия: отношение к экологии, корпоративная культура и условия работы, действие компаний во время чрезвычайных ситуаций по отношению к туристам, учет национальных и этнических особенностей и предпочтений международных туристов, индивидуальная работа с потребителем, социальные взаимодействия с местным населением дестинации и другие. В работе на примере города-курорта Сочи рассмотрено формирование данной составляющей туристской дестинации.

К качеству туристских услуг необходимо подходить комплексно, все три составляющие имеют значение независимо от вида туризма и мотивов туристов. Только при условии положительной оценки всех трех составляющих качества услуг всех предприятий, участвующих в формировании турпакета, предприятий, представляющих сопутствующие услуги, гостеприимстве местного населения можно говорить о высоком качестве услуг конкретной туристской дестинации, в которую потребитель будет возвращаться, рекомендовать ее для посещения знакомым. Именно с такой дестинацией комфортно работать добросовестным турагентам и туроператорам. Высокое (требуемое конкретным сегментом потребителя) качество услуг дестинации позволяет снизить влияние действий конкурентов, тем самым, стабилизируя объем продаж, ведущий к повышению эффективности деятельности

предприятий и улучшению экономических показателей туристской дестинации в целом. Снижение степени риска не приезда туриста имеет большое значение для городов, регионов, стран, строящих свою экономику на туризме и сопутствующих товарах и услугах. Тем самым способствуя переходу дестинации из позиции ведомых конкурентов, в позицию ведущих конкурентов, где первые стремятся сосредоточить свои усилия на оказании противодействия соперникам, а вторые – на воздействии на соперников.

3. Метод изучения туристских территорий (картографическая таксономия)

Автором разработан метод и на его основе предложена методика изучения туристских дестинаций «картографическая таксономия», введены новые термины: [11]

Картографическая таксономия – метод представления информации о туристских ресурсах, признаках, факторах развития туристских территорий, с помощью картографических таксонов.

Картографический таксон – это совокупность территориальных единиц исследуемого объекта, которые содержат однородный ресурс (показатель) и тому подобное.

Территориальная единица – это участок территории, соответствующий на карте горизонтальному проложению размером 1х1 км, с присвоенным ему порядковым номером (координатами).

На рисунке 2 представлен город-курорт Сочи, состоящий из 978 территориальных единиц, каждая из которых соответствует участку размером 1 кв. км. карты Муниципального образования города-курорта Сочи. Также на рисунке 2 представлен участок карты, соответствующий территориальной единице А24В30, и участок карты, соответствующий дестинации Красная поляна.

Рассмотрим методику картографической таксономии: 1) Классификация или дополнение классификации ресурсов, показателей, признаков, факторов, влияющих на туристскую индустрию, без определения степени их влияния. 2) Деление горизонтального проложения площади исследуемого объекта на территориальные единицы. 3) Изучение каждой территориальной единицы, по каждому ресурсу, фактору классификации. 4) Выделение картографических таксонов по каждому ресурсу, фактору классификации. В некоторых случаях целесообразно представление таксонов в трехмерной системе координат. 5) Разработка критериев и шкалы оценки каждого туристского ресурса с целью дальнейшего изучения объекта для установления комплекса факторов, влияющих на каждую разновидность туризма. Определенный фактор (ресурс) имеет различное влияние на развитие разных видов туризма – от «не имеет» до «имеет весьма важное, определяющее влияние».

В результате обработки информации методом картографической таксономии, можно получить базу данных, фиксированную на определенной территории, где каждый объект, существующий на местности, имеет свое описание, что и позволяет работать с ним, как с элементом местности. Основная идея такой организации данных заключается в возможности

систематизации территориальной информации и разбивки ее на смысловые и функциональные группы.

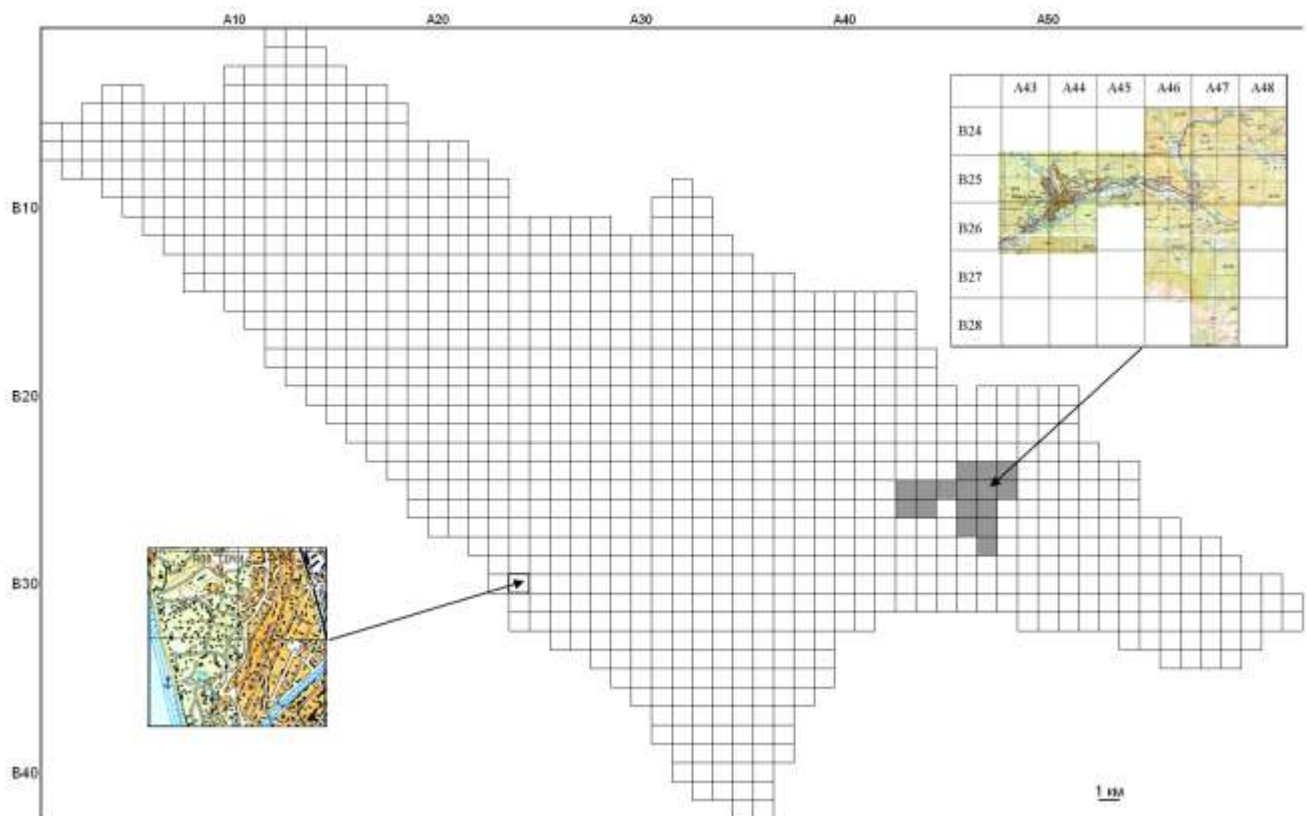


Рисунок 2 - Карта-схема территориальных единиц (таксона) Муниципального образования город-курорт Сочи, с выделением дестинации Красная поляна

Метод картографической таксономии позволяет определить концентрацию ресурсов и инфраструктуры, что позволяет определить уровень социально экономического развития туристской территории, который во многом определяется их положением относительно источников ресурсов, центров производства, науки, культуры. Например, средства размещения Хостинского района г. Сочи сконцентрированы и ориентированы на использование ресурсов водолечебницы «Мацеста» (рисунок 3).

4. Необходимость адаптации термина «кластер» для изучения туризма

В настоящее время подход к развитию регионов, основанный на кластерах, находит в России все большее понимание. Автором был проведен анализ основных определений понятия «кластер», «туристский кластер», используемых в научной литературе (1990-2011 гг.). Большинство исследований кластеров опираются на фундаментальные труды в области промышленных кластеров, в то время как кластер в сфере услуг имеет свою специфику. Среди стратегических доминант, определяющих конкурентоспособность субъектов экономики, особое место принадлежит определению границ их стратегической зависимости. С этой позиции промышленный кластер, как система, характеризуется массивом близко

соседствующих (территориально) предприятий. Однако сама территория не имеет большого значения (за исключением предприятий, расположенных рядом с используемыми природными ресурсами).

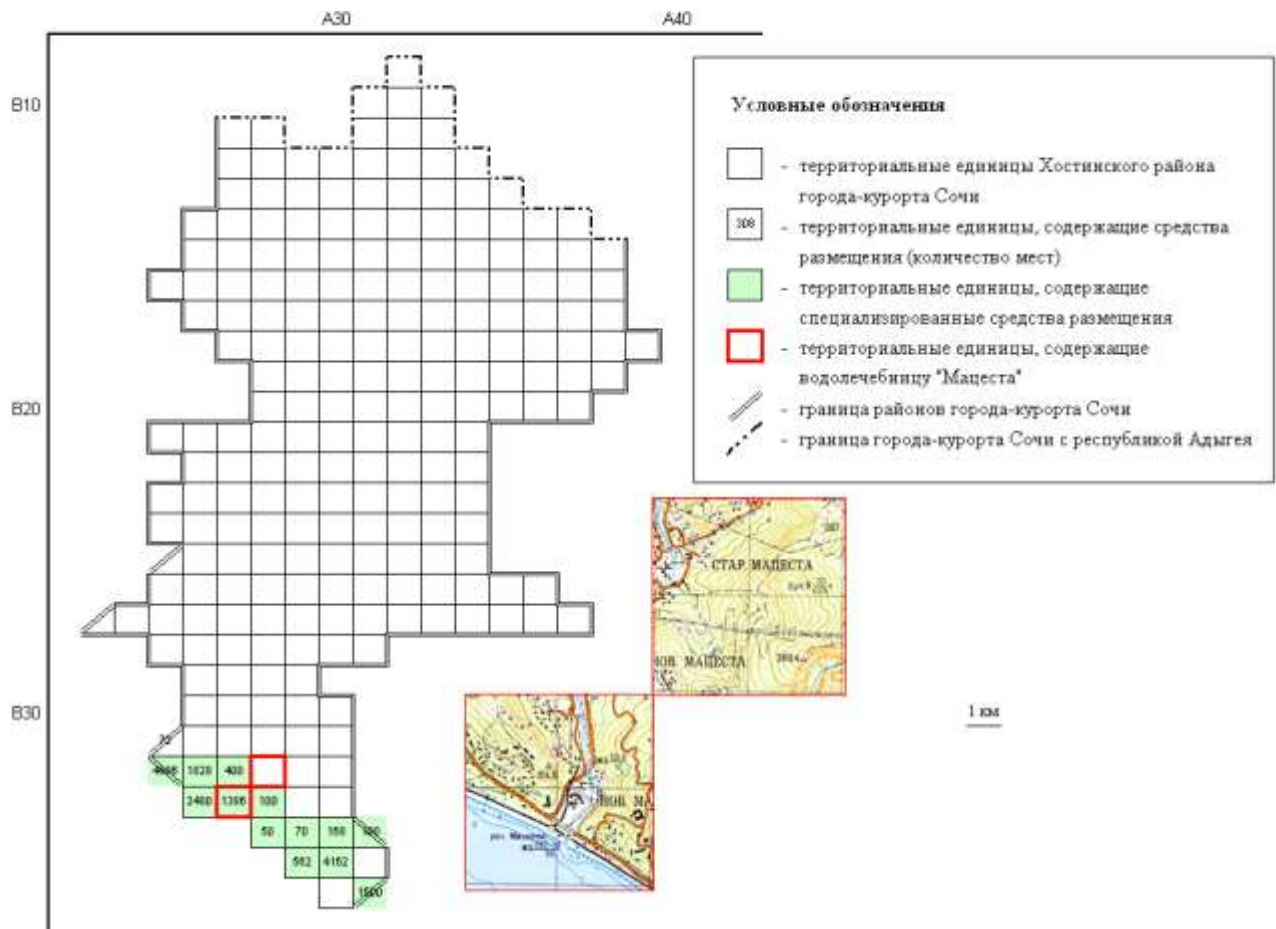


Рисунок 3 – Средства размещения Хостинского района города-курорта Сочи

Кластер в сфере услуг имеет характерные особенности, которые приводят к необходимости внесения корректировок в понятие «кластер в сфере услуг»:

1) Расположение предприятий сферы услуг привязаны к потребителю, так как основная характеристика услуг – неотделимость производства от потребления.

2) Сервисное предприятие не может хранить свою продукцию, следовательно, имеет лимит по количеству реализуемой продукции, что ставит барьеры в развитии конкурентных преимуществ конкретного предприятия.

3) Специфика сферы туризма заведомо определяет концентрацию предприятий, которые зависят от природных ресурсов.

Однако данная концентрация, в отличие от промышленных предприятий, не является гарантом появления кластера, не приводит к синергетическому эффекту, с одной стороны, и развитию сильных конкурентных преимуществ, по причине присутствия сильной конкуренции в кластере, с другой стороны.

Вышеперечисленные причины ставят необходимость при перенесении понятия «кластер» на сферу туризма изначального определения

конкурентоспособности входящего в него предприятий. Что возможно сделать через качество услуг, удовлетворяющее потребности потребителей по определенной себестоимости/ стоимости. Кластер в туризме включает природные, культурные и другие туристские ресурсы как составляющие турпродукт, следовательно, каждый туристский кластер уникален и имеет четкую привязку к территории, на которой он расположен.

Туристский кластер автором понимается как сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных ресурсов, факторов, предприятий, которые являются необходимыми или желательными для развития определенной разновидности туризма, способствующие удовлетворению потребностей туристов в зависимости от мотива путешествия.

5. Математическая модель туристской дестинации как конъюнкция массивов туристских кластеров по видам туризма

Под *кластером* в картографической таксономии автором понимается выборка по картографическим таксонам дестинации, удовлетворяющим определенным условиям, требуемым для организации определенного вида туризма (экспертная оценка). Кластеры формируются по требованиям к ресурсам, инфраструктуре потребителей в зависимости от мотивов их путешествия.

Рассмотрим пример кластерного анализа на основе дестинации «Красная поляна» (рисунок 2), представленной с помощью массивов.

На рисунке 4 показано формирование туристских кластеров дестинации «Красная Поляна» как конъюнкции картографических таксонов «Ресурсы определенного (i-го) вида туризма», «Туристская инфраструктура: средства размещения», «Туристская инфраструктура: турфирмы и организаторы активного отдыха», «Общая инфраструктура».



Рисунок 4 - Формирование кластера дестинации «Красная Поляна»

Кластеры дестинации «Красная Поляна» отличаются друг от друга (в общем рассмотрении) туристскими ресурсами, территориальные единицы которых представлены в массивах на рисунке 5.

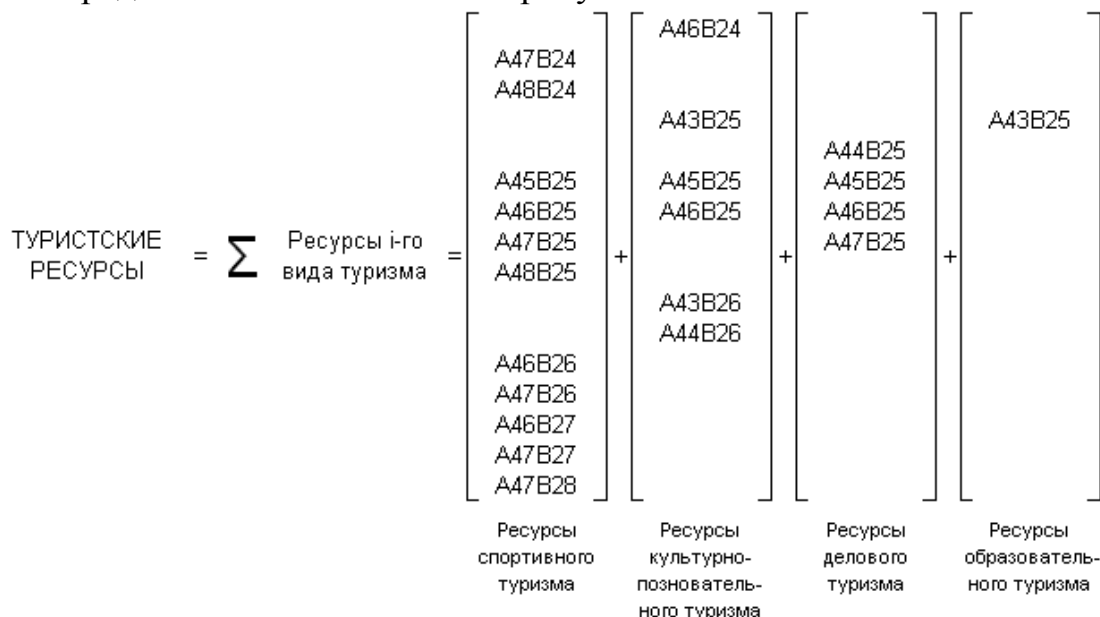


Рисунок 5 - Туристские ресурсы дестинации «Красная Поляна»

На рисунке 6 представлено формирование дестинации «Красная Поляна» как конъюнкция кластеров по отдельным видам туризма.

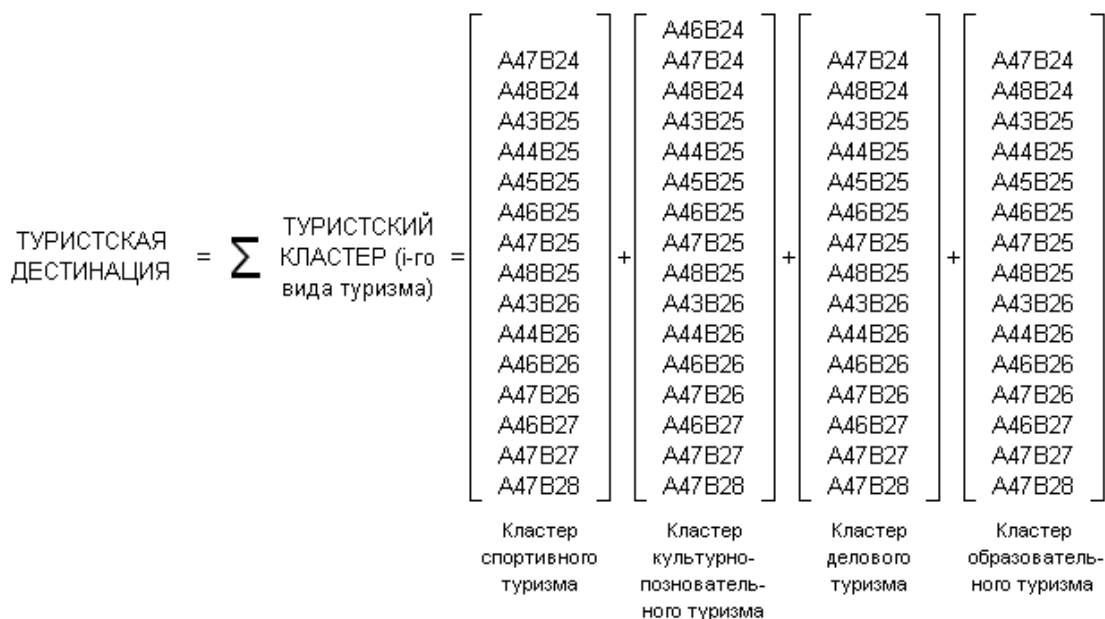


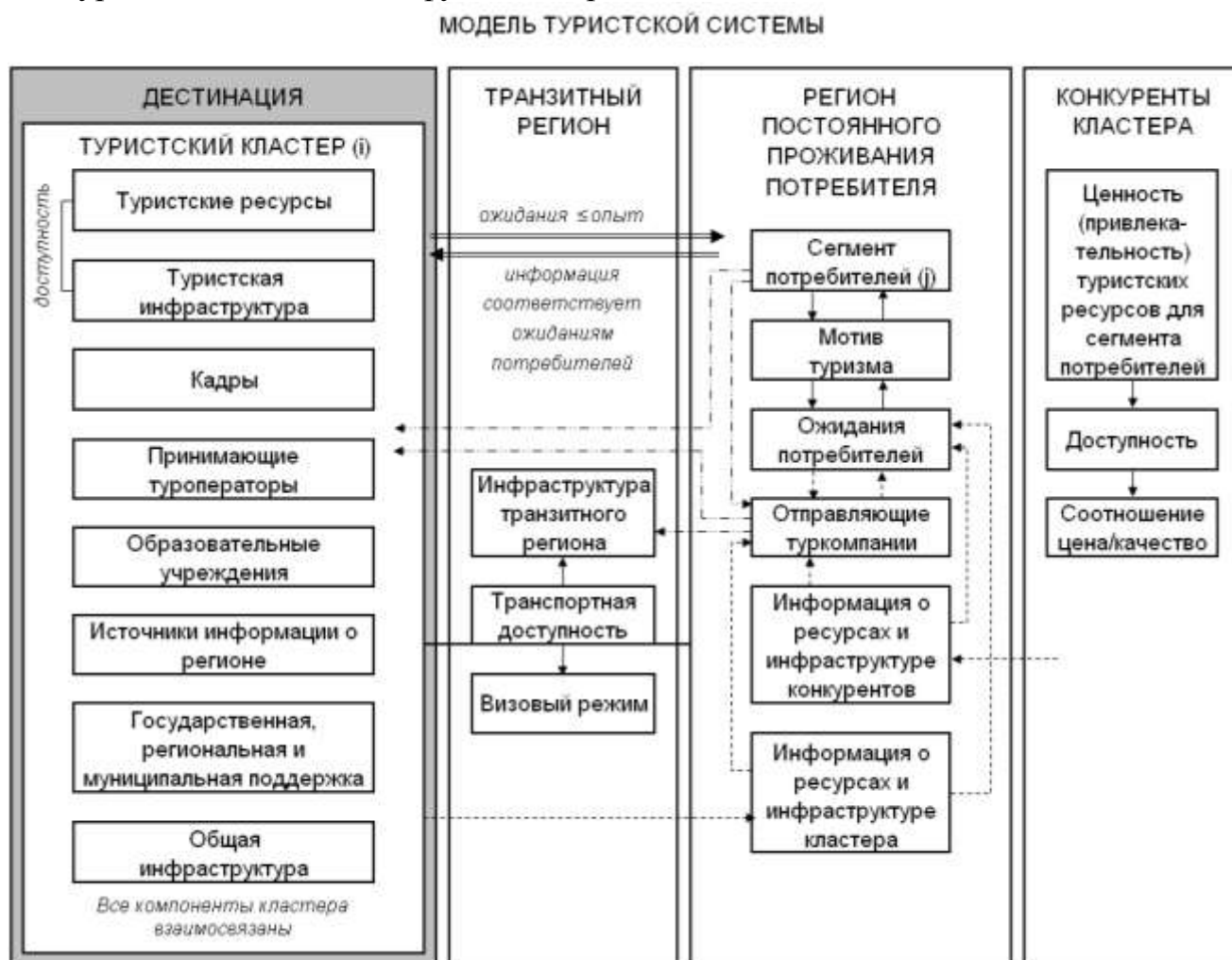
Рисунок 6 - Формирование дестинации «Красная Поляна»

За каждой территориальной единицей закреплена информация по формированию кластеров различных видов туризма. На основе данной информации можно делать выводы о значении конкретной территориальной единицы для развития дестинации. Используя базу данных, представленную в данном виде, можно в зависимости от разных целей строить множество моделей, делать выборки и дополнять/изменять информацию о дестинации. Системное изучение туристских процессов (объемное и математическое)

позволит иметь полное представление о текущей ситуации, делать правильные выводы и строить реальные планы, что является основой эффективного бизнеса и управления городом, регионом, страной.

6. Модель туристской системы, показывающая взаимодействие потребителя и производителей туристского продукта с применением кластерного подхода

Определение кластера основано на ожиданиях потребителей. Однако требования к туристскому кластеру у разных сегментов потребителей могут быть не одинаковы, поэтому имеет смысл для таких сегментов рассматривать формирование кластера отдельно. Системный подход в изучении туристских дестинаций предполагает изучение всех составляющих туристской системы. На рисунке 7 показана модель формирования кластера по отдельному сегменту потребителей (в соответствии с определением понятия «туристская дестинация»). Данная система показывает феномен туристских кластеров, которые определяют конкретную туристскую дестинацию и эффективность, конкурентоспособность ее функционирования.



Обозначения

- - доступность и качество информации; - - качество информационного обеспечения работы;
- ⇒ - оценка качества туристского продукта потребителем.

Рисунок 7 - Системный подход в изучении туристских дестинаций

Потребитель выберет того производителя (кластер), которого посчитает лучшим (в соответствии с мотивами его путешествия). Однако конкурентоспособным в туризме можно назвать тот продукт, который позволит оправдать ожидания потребителей. Причем как те ожидания, которые очевидны, в соответствии с выбранным видом туризма и сегментированием потребителя, так и скрытые мотивы, которые у каждого потребителя индивидуальны. Таким образом, *модель туристской дестинации* (исходя из приведенного выше определения туристского кластера) – конъюнкция массивов туристских кластеров по сегментам потребителей.

7. Эффекты от изменения качества туристских услуг и их влияние на экономику дестинации

В результате исследования выявленные эффекты от изменения качества туристских услуг дестинации и проанализированы на примере города-курорта Сочи, раскрыто их влияние на экономику дестинации. Приведем некоторые из них:

Эффект «поддержание определенного уровня качества услуг на территории дестинации формирует сегменты потребителей, которые определяют ожидания от посещения дестинации» приведет к формированию сегмента лояльных потребителей, которых удовлетворяет конкретный уровень качества. Отсутствие скачков по качеству, как в лучшую, так и в худшую сторону, исключает формирование у туристов как заниженных, так и завышенных оценок туристских услуг. Что позволяет более точно планировать деятельность предприятий туристской дестинации.

Эффект «снижение качества услуг на территории дестинации, приведет к потере отдельных или всех сегментов потребителей», так как потребитель, привыкший получать в данной дестинации определенный уровень услуг, заметит снижение их качества, и, следовательно, оценит отрицательно. Что послужит: 1) его отказу от дестинации в дальнейшем; 2) формированию мнения о дестинации, как о предоставляющей услуги более низкого и снижающегося качества. Таким образом, сокращения потребителей будет происходить как при выборе дестинации, так и после ее посещения. К тому же снижение качества услуг на территории дестинации может привести к вынужденному снижению цен на туристские услуги (и, соответственно, доходов), с целью поиска других сегментов потребителей, более лояльных к низкому качеству услуг.

Эффект «высокое качество инфраструктуры дестинации, может стать ресурсом для развития отдельных видов туризма», например, для делового, развлекательного, лечебно-оздоровительного туризма. Следует отметить, что данные «инфраструктурные» виды туризма, как правило, могут осуществляться в течение всего года. Последнее дает возможность эффективного использования основных фондов предприятий в низкий сезон. Это нивелирует использование основных фондов индустрии, гарантирует прибыль и рабочие места в течение всего года.

Эффект «развитие туристской индустрии, приводящее к предельной загрузке туристской и общей инфраструктуры, приводит к дополнительному

освоению ресурсов объекта, территориальному расширению инфраструктуры, создавая новые маршруты, вторичные и первичные дестинации» позволяет получать прибыль и мультипликативный эффект на большей территории, дает возможность экономического развития районов экономической депрессии.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в ведущих рецензируемых журналах и изданиях,
рекомендованных ВАК:

1. Львова, Т.В. Конкурентоспособность кластера развлекательного туризма Сочинского региона [Текст] / Т.В. Львова // Современная конкуренция. – 2011. – №2. – 1,04 п.л.
2. Львова, Т.В. Моделирование кластера конгрессного туризма Сочи [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Современные проблемы сервиса и туризма. РГУТиС. – 2010. – №4. – 0,56 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
3. Львова, Т.В. Моделирование туристских дестинаций [Электронный источник] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Сервис в России и за рубежом. – 2010. – №1 (идентиф. номер 0421000058\0017). – 0,70 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
4. Львова, Т.В. Взаимодействие туристской индустрии и сельскохозяйственной отрасли на примере Сочинского региона [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Вестник СГУТиКД. – №2. – 2011. – 0,72 п.л. (авт. – 0,42 п.л.)
5. Львова, Т.В. Кластерный подход в моделировании туристских дестинаций (на примере Красной Поляны) [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Вестник РГТЭУ. – №9. – 2011. – 0,94 п.л. (авт. – 0,54 п.л.)

Публикации в других изданиях:

6. Львова, Т.В. Методическое обоснование кластерного анализа туристской дестинации [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Вестник РосНОУ. – №2. – 2011. – 0,55 п.л. (авт. - 0,40 п.л.)
7. Львова, Т.В. Оценка качества и конкурентоспособности услуг санаториев Сочинского региона как вида туризма [Текст] / Морозов М.А., Львова Т.В. // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды Международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 2010 г. – СПб.: Д.А.Р.К., 2010. – 0,62 п.л. (авт. – 0,41 п.л.)
8. Львова, Т.В. Гостеприимство как составляющая часть понятия качества туристских услуг [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Вестник РосНОУ: экономика. – 2010. – №2. – 0,62 п.л. (авт. – 0,41 п.л.)
9. Львова, Т.В. Анализ влияния реализации программы подготовки Олимпиады 2014 на социально-экономическую сферу туристской индустрии г. Сочи [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Цивилизация знаний: проблемы модернизации России: Труды XI международной научной конференции. – М.: РосНОУ, 2010 г. – 0,55 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
10. Львова, Т.В. Анализ кадрового потенциала туристской индустрии г. Сочи

- [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Цивилизация знаний: проблемы модернизации России: Труды XI международной научной конференции. – М.: РосНОУ, 2010 г. – 0,53 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
11. Львова, Т.В. Методика сбора и представления информации о регионе с целью оценки туристского потенциала методом моделирования [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды Международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 28-29 апреля 2009 г. – М.: Диалог культур, 2009 г. – 0,60 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
 12. Львова, Т.В. Анализ влияния качества средств размещения дестинации при организации делового туризма [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Туризм: актуальные проблемы и перспективы развития. Вестник РосНОУ. – 2008. – №4. – 0,50 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
 13. Львова, Т.В. Роль информации в туристской индустрии [Текст] / М.А. Морозов, Т.В. Львова // Туризм: актуальные проблемы и перспективы развития. Вестник РосНОУ. – 2008. – №4. – 0,50 п.л. (авт. – 0,40 п.л.)
 14. Львова, Т.В. Влияние качества туристских услуг, предоставляемых на территории дестинации, на экономику региона [Текст] / Т.В. Львова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды Международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 27-28 апреля 2007 г. – М.: РИБ «Туризм», 2007. – 0,42 п.л.