

На правах рукописи



Корчагин Евгений Павлович

**Особенности организации туристической
деятельности в потребительском сегменте лиц
пожилого возраста**

Специальность 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством
(рекреация и туризм)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Сочи – 2016

Диссертация выполнена в ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Научный руководитель: заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор
Грошев Игорь Васильевич

Официальные оппоненты: **Жукова Марина Александровна**
доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», профессор кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма

Сердюкова Надежда Константиновна
кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», доцент кафедры управления и технологий в туризме и сервисе

Ведущая организация: **ЧОУ ВО «Балтийская академия туризма и предпринимательства»**

Защита состоится «21» декабря 2016 г. в 15:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.255.02 на базе ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» по адресу: 354003, г. Сочи, ул. Пластунская 94, корпус 2, аудитория 237.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» и на сайте: <http://www.sutr.ru/science/dissertation/dissovet-economic/soiskateli/korchagin-evgeniy-pavlovich/index.php>

Автореферат разослан «18» ноября 2016 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук, доцент



Воробей Елена Константиновна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Мировая экономика в настоящее время претерпевает глобальные изменения. Меняется роль и структура отраслей в общемировом ВВП, сектор услуг становится определяющим драйвером и источником роста экономики. Туризм начинает занимать и формировать одну из главных отраслей межгосударственного экономического взаимодействия, оказывая значительное экономическое и социально-культурное воздействие.

Российская туристская индустрия достигла определенных результатов: с 1998 г. в три раза увеличилось количество компаний и туроператоров, качественно изменилась рекламная политика, появились пакетные предложения и франшизы, а также сформировалась некоторая системность отрасли в целом. Однако современные тренды и социально-демографические процессы предъявляют новые вызовы перед российской туристской отраслью.

Экономические санкции, ослабление национальной валюты, усложненные условия ведения туристского бизнеса и общее старение населения заставляют экономических агентов искать пути оптимизации туристского продукта, присматриваться к новым рыночным нишам и более глубоко анализировать социально-экономические тенденции в стране. В настоящее время так называемое "окно возможностей" несет в себе рынок внутреннего туризма потенциал которого только начинает осваиваться. Учитывая демографическое старение населения в целом, инвестирование в развитие инфраструктуры для пенсионеров выглядит перспективным и оправданным вложением денег. Количество людей пенсионного возраста в России с каждым годом увеличивается, поэтому в долгосрочном аспекте туризм пожилых людей станет объемным сегментом российского туристского рынка.

Растущая доля пожилых граждан уже оказывает определенное влияние на конъюнктуру туризма. Чтобы значительная доля денежных средств, аккумулируемая людьми пожилого возраста, работала на экономику страны и формировала дополнительные рабочие места, необходимо проводить серьезную работу в тандеме бизнеса и государства по экономическому, социальному, инфраструктурному направлению. В ближайшей перспективе маркетинговая парадигма туристских компаний коренным образом изменит стратегию туристской деятельности.

Россия, ввиду своей истории, географического положения и рекреационных ресурсов, имеет выгодную позицию и потенциал развития на туристском рынке пожилых людей. Однако сегодня полноценная ориентация рынка на граждан пожилого возраста в российском туристском пространстве отсутствует, должным образом не проработана система социального туризма, что свидетельствует об отставании от западных рынков на несколько десятилетий.

Недостаточно изучены особенности туризма потребителей третьего возраста в российской практике, как в прикладном, так и методологическом аспекте: в настоящее время не выявлены его особенности; слабо исследована

роль государственных и социальных функций в области организации и управления развитием туризма пожилых людей; неопределенным остается место данного вида туризма в российской туристской отрасли и его перспективы в контексте предложения рынку специализированных турпродуктов.

Эти условия определяют необходимость разработки теоретико-методологического комплекса формирования и развития туризма пожилых людей в России, что выступит базой создания востребованных туристских продуктов для внутреннего и международного рынка туризма и поможет укрепить место России в мировой туристской индустрии.

Степень научной разработанности проблемы. Несмотря на то, что проблема организации туристической деятельности для лиц пожилого возраста была актуальна уже в начале 70-х годов прошлого века, в Российской Федерации до настоящего времени не проводилось фундаментальных исследований по данному вопросу.

Анализ социально-психологических особенностей пожилого потребителя представлен в трудах таких ученых как З.А. Бутуева, О.В. Краснова, Т.П. Ларионова, А.Г. Лидерс, С.В. Монасыпова, А.В. Михалева, О.О. Низовцева, О.В. Пачина, А.В. Писарев и др.

Изучением и описанием различных аспектов туризма пожилого возраста занимались следующие отечественные и зарубежные исследователи: В.И. Азар, А.М. Ахметишин, Г.Л. Багиев, В.С. Боголюбов, А.П. Дурович, А.Б. Здоров, Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнов, Л.В. Ковынева, Т.В. Козырева, Ф. Котлер, Н.С. Морозова, Г.А. Папирян, Б. Сьюзен, В.Г. Шубаева, Г.А. Яковлев и др.

Более современные исследования туризма третьего возраста проводились О.А. Высоцкой, И.В. Грошевым, Л.С. Ржаницыной, О.Ф. Ребровой, Л.П. Цой, Л.С. Суховой и др.

Информация о процессах, происходящих в сфере мирового туризма пожилых людей, конкретных статистических данных и показателях, анализировалась на основе публикаций ООН, Европейской комиссии, Европейской службы статистики и информации, Национального совета Франции по туризму, ВТО, Международного Совета туристских организаций.

Вместе с тем, проблема формирования и развития туризма пожилых людей в России практически не исследована. Следовательно, в условиях стихийно развивающихся рыночных отношений в российском туризме, актуальной задачей становится разработка отдельного подхода к сегменту пожилых людей, описание конкретных методов и требований к специальному туристскому продукту, а также формирование системного теоретико-методического комплекса, что и определило актуальность темы диссертационной работы, ее цель, задачи и предмет.

Объектом исследования является рынок туризма пожилых людей в России.

Предметом исследования выступают организационно-экономические отношения, возникающие в сфере туризма пожилых людей, а также процессы

взаимодействия экономических агентов туристской отрасли и людей пенсионного возраста.

Цель диссертационного исследования состоит в разработке теоретико-методологических положений и рекомендаций по формированию и развитию туризма пожилых людей в России на основе особенностей сегмента третьего возраста.

Достижение поставленной цели базируется на решении следующих задач:

- определить особенности функционирования туризма пожилых людей;
- описать категорию лиц третьего возраста как потребительский сегмент рынка туризма;
- выявить состояние и перспективы развития российского рынка туризма пожилых людей;
- рассмотреть медицинский туризм как перспективное направление развития туристской отрасли России в сегменте пожилых людей;
- разработать теоретико-методологический подход к оценке специализированного турпродукта для пожилых людей.

Гипотеза научного исследования. Туризм пожилых людей выступает одним из источников социально-экономического развития страны. Однако в настоящее время сложилась противоречивая ситуация: с одной стороны, существует колоссальный потенциальный рынок в туристской отрасли России, который практически никак не задействован, а, с другой отсутствует целенаправленная политика и стратегия государственных / институциональных / бизнес-структур, чтобы привести в движение этот рыночный сегмент, который сдерживается вследствие недостаточной его изученности. Данная проблема может быть решена с помощью разработки теоретико-методологического комплекса формирования и развития туризма пожилых людей в России. Решение задач, поставленных в диссертационной работе, будет способствовать интенсивному развитию туризма пожилых людей, что скажется на качественных показателях внутреннего национального турпродукта.

Теоретической основой диссертационного исследования послужили фундаментальные и прикладные работы зарубежных и отечественных ученых в области экономики и организации туризма, менеджмента туристской индустрии, медицинского туризма, туристского маркетинга, инноваций в сфере услуг, рекламы, геронтологии, возрастной психологии, а также экономической теории и теории управления.

В диссертационном исследовании использовались нормативно-правовые документы РФ, в частности, законодательные и нормативные акты, документы и доктрины ООН по проблемам развития современного туризма, ратифицированные Российским Правительством, программная документация по развитию рекреационных ресурсов, а также программы Федерального социально-экономического развития, официальная статистика государственных органов и служб, аналитические материалы и результаты различных исследований.

Эмпирическая основа исследования. В процессе исследования были использованы методы структурно-функционального анализа, абстрагирование, индукция, дедукция, моделирование, сопоставление, экспертные оценки. Информационную базу исследования составили данные Росстата, материалы социологических и психологических исследований российских и зарубежных ученых, а также собственные результаты опросов и анкет.

Соответствие темы диссертации требованиям паспорта специальности ВАК. Диссертационное исследование соответствует п. 15.1. «Развитие теоретических и методологических основ рекреологии и туристской науки в экономико-управленческом аспекте», п. 15.16. «Развитие различных видов рекреационной и туристской деятельности на региональных, национальных и мировых рынках; факторы развития внутреннего, въездного и выездного туризма», раздела 15 паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм).

Научная новизна исследования заключается в систематизации теоретических основ, положений и подходов к выработке методологического инструментария с целью формирования и развития туризма в сегменте потребителей пожилого возраста. К числу наиболее важных научных результатов, полученных лично автором, определяющих научную новизну и значимость проведенных исследований, можно отнести следующие:

– Определены особенности функционирования рынка туризма пожилых людей в России, выраженные в совокупности факторов, критериев и положений, оказывающих влияние на экономическое и потребительское поведение лиц пожилого возраста.

– Выявлены факторы и сформулированы доводы, согласно которым категория лиц третьего возраста относится к отдельной категории туристов с особыми предпочтениями и ожиданиями.

– Проанализировано состояние и определены перспективы развития российского рынка туризма пожилых людей на основе идентификации проблем и задач отрасли, ожиданий пенсионеров от туристских продуктов.

– Разработаны рекомендации для российского рынка медицинского туризма, направленные на сегмент пожилых людей, который только начинает формироваться.

– Разработан методологический подход к оценке перспективности формирования специализированного турпродукта для пожилых людей по системному принципу, который включает в себя прогноз количественных и качественных показателей, анализ конкурентоспособности турпродукта.

Положения, выносимые на защиту. По итогам проведенного диссертационного исследования получены следующие основные результаты:

1. авторская интерпретация особенностей функционирования рынка туризма пожилых людей в России способствует приращению знаний в сфере туристской деятельности в целом, а также выступает теоретико-методологическим базисом для дальнейших исследований в этой области;

2. выявленные особенности потребительского поведения сегмента третьего возраста позволили идентифицировать реперные штампы поведенческого репертуара в части выбора туристского продукта людьми пожилого возраста;

3. анализ современного состояния российского рынка туризма в целом раскрывает точки роста туризма третьего возраста, проблемы и задачи отрасли, преодолев которые возможно вовлечь пенсионеров в большей степени, нежели в стандартном сценарии.

4. предложенные автором рекомендации для российского рынка медицинского туризма, направленные на сегмент пожилых людей, идентифицировали необходимость проведения комплексной работы по совершенствованию медицинской инфраструктуры, капитализации лучших практик, технологий, открытий и компетенций;

5. методологический подход, основанный на использовании в комплексе различных инструментов анализа, позволяет определить наиболее перспективные специализированные турпродукты для пожилых людей.

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивается изучением существующей научной и практической литературы по теме диссертации, включая статьи в научной периодической печати, применением научных подходов и методов к решению задач исследования, а так же апробацией результатов на международных и всероссийских научно-практических конференциях и внедрением результатов в практику туристических фирм Тамбовской области.

Теоретическая значимость результатов диссертационного исследования заключается в формировании вклада автора в работу по развитию теоретических и методологических основ функционирования туризма пожилых людей.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты и выводы, сформулированные в диссертации, могут использоваться в качестве методического инструментария разработки приоритетных направлений туристской деятельности в сегменте пожилых людей. Предложенный, в частности, подход к развитию медицинского туризма, выступает некоторым базисом в позиционировании ресурсов страны с позиции пожилого потребителя.

Результаты исследования могут быть использованы в деятельности российских туристских фирм, государственных институтов и целых регионов, которые стремятся развивать инфраструктуру туризма третьего возраста. Внедрение результатов исследований поможет более эффективно использовать транспортную и жилищную инфраструктуру туристской отрасли, уменьшая сезонный дисбаланс спроса. Результаты исследования особенностей потребительского поведения и образа жизни пожилых людей позволят создавать турпродукты, отвечающие психологическим и физиологическим требованиям и особенностям данного сегмента, что обеспечит конкурентное преимущество на современном рынке туризма.

Материалы исследования могут быть использованы в преподавании экономических и управленческих дисциплин по организации и управлению туризмом.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные результаты диссертационного исследования представлены на заседании кафедры менеджмента и маркетинга Института сервиса и управления Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина, на международных, всероссийских и региональных конференциях: «Актуальные проблемы социально-экономических исследований» (г. Махачкала), «Международная конференция «Общества Науки и Творчества» (г. Казань), «Всероссийская научно-практическая конференция» (г. Пенза), «Международная научно-практическая конференция молодых ученых» (г. Новосибирск), V Международная научно-практическая конференция «Современные тенденции развития маркетинга» (г. Липецк). Ключевые тезисы и положения прошли рецензирование и были опубликованы в ведущих научно-практических журналах РФ с высоким импакт-фактором, в частности, ЭКО (Всероссийский экономический журнал), Маркетинг в России и за рубежом, Маркетинг услуг, Европейский журнал социальных наук.

Публикации. По теме диссертационного исследования автором опубликовано 12 научных работ общим объемом 4,35 п.л. (авт. – 3,43 п.л.), из которых 6 – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, общим объемом 3,02 п.л. (авт. – 2,47 п.л.).

Структура и объем диссертации. Диссертация представлена на 178 страницах, состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 204 наименования, содержит 20 таблиц, 6 диаграмм и 24 рисунка.

Во «Введении» обоснована актуальность темы исследования, степень разработанности проблемы, показана теоретическая и практическая значимость работы, сформулированы цели и задачи, определены предмет и объект исследования, выделены основные элементы научной новизны и полученные результаты.

В первой главе «Теоретико-методологические и институциональные особенности функционирования туризма пожилых людей» на основе анализа и систематизации информации о туризме пожилых людей определены теоретические и практические особенности функционирования туризма лиц третьего возраста; проведен анализ феномена старения в экономике России, а также рассмотрен сегмент пожилых людей как экономико-демографическая категория.

Во второй главе «Состояние, конъюнктура и перспективы развития туризма пожилых людей в России» проанализировано состояние и перспективы развития российского рынка туризма лиц третьего возраста; получены результаты, отражающие перспективные направления развития туристической отрасли России в сегменте пожилых людей, в частности, в области медицинского туризма.

В третьей главе «Методологические особенности формирования и развития туризма пожилых людей» представлено авторское исследование в области ресурсного потенциала сегмента пожилых людей с целью формирования релевантного туристского продукта, а также предложения по формированию коммуникационной политики продвижения туристского продукта для потребителей третьего возраста. Основным результатом диссертационного исследования заключается в разработке методологического подхода к оценке перспективности формирования специализированного турпродукта для пожилых людей.

В «Заключении» сформулированы выводы и приведены наиболее значимые результаты диссертационного исследования.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Сформулированы особенности функционирования рынка туризма третьего возраста в России на основе отличительных социально-экономических черт пожилых людей и их классификационной структуры.

Во многих развитых европейских странах старение населения является многолетним трендом, что связывается с улучшением качества жизни и увеличением эффективности медицинского обслуживания. Демографическая структура России в последние годы является примером общего демографического старения. Однако в России несколько иная ситуация: спад рождаемости после распада СССР, повлек за собой кардинальное изменение статистических показателей. Основываясь на теории демографического перехода, и принимая во внимание текущую динамику рождаемости и смертности, следует ожидать увеличение доли лиц пожилого возраста в Российской Федерации вплоть до 2050 г.

Выделена классификация пожилых людей, в соответствии с которой формируется своеобразие рынка туризма лиц третьего возраста: 1) люди, которые могут себе позволить рано уйти на пенсию; они тратят большие средства на путешествия, рестораны и различные развлечения; 2) пенсионеры, которые не слишком хорошо обеспечены, но все же могут уйти на пенсию вовремя; они также регулярно путешествуют, однако выбирают экономичное размещение; 3) люди, которые не могут себе позволить полностью уйти на пенсию; после завершения своей основной карьеры часто трудоустраиваются на подработку.

С увеличением возраста туристов уравнивается профиль сезонности приобретения путевок. Пенсионеры обладают большими временными ресурсами и свободой в выборе сезона путешествия, что даёт туристическому рынку возможность уравновесить сезонный дисбаланс. Такой вид досуговой деятельности как туризм имеет слабо развитое информационное поле в среде российских пенсионеров, что требует дополнительных ресурсов на проведение рекламной и коммуникационной кампании для создания понятного обра-

за продукта и положительного имиджа туризма как социокультурного явления.

Туризм лиц третьего возраста неразрывно связан с таким понятием как социальный туризм, ставивший своей целью в СССР выполнение всеобщего права на отдых. В современной России этот инструмент превратился в инструмент реализации права на отдых социально незащищенных и малообеспеченных категорий граждан.

Ввиду затруднительного экономического положения пенсионеров в России, их внимание и ценности сосредоточены в поле своего материального благополучия. Обществу необходимо приспособливаться к старению населения, создавать новые институты, нормы и продукты для сегмента пожилых людей. Это заново определит их экономическую роль на основе гармоничного развития личности пожилого человека, и будет вовлекать в активную экономическую деятельность в старости и процесс удовлетворения потребностей, в том числе и в путешествиях.

Экономические показатели туризма людей третьего возраста в России по сравнению с западным рынком, весьма скромны, однако существует значительный потенциал для создания туристских продуктов внутри страны, что положительно отразится на конкурентоспособности и продвижении российских дестинаций.

2. Определены особенности потребительского поведения сегмента третьего возраста при выборе туристского продукта, а также факторный ряд, который следует учитывать при создании и продвижении турпродукта. На основе описания категории лиц третьего возраста как потребительского сегмента рынка туризма были сформулированы определенные выводы: обосновано создание специального предложения для удовлетворения всех рекреационных и социокультурных потребностей зрелого (возрастного) населения России; социализация пожилого туриста на месте отдыха обязательна, как средство преодоления социальной эксклюзии, ввиду того, что даже самое комфортное место отдыха, обустроенное по типу «дома престарелых» может рассматриваться как средство социального исключения.

Особенности пожилого населения в плане потребления туристских продуктов являются определенными штампами потребительского поведения, присущими данной возрастной категории граждан. Отметим особенности сегмента пожилых людей, которые следует учитывать при формировании турпродукта: 1) смерть как феномен неизбежно сопутствующий старости, дает пожилому человеку возможность осознать реальные ценности и понять свою жизнь как цельную череду событий. Именно поэтому для пожилых людей важно иметь смысл во всей своей деятельности ввиду острого чувства уходящего времени жизни; 2) люди пожилого возраста предпочитают соотносить себя с категорией пенсионеров, в чем отражается экономическая роль возрастного сегмента, а также их желание иметь широкую автономию и независимость; 3) рефлексия пожилого человека относительно своего времени жизни (настоящего, прошлого, будущего) изменяет его отношение ко многим

вещам, вследствие чего меняется комплекс взглядов и ценностных ориентаций; 4) чувство одиночества и потребность в общении являются определяющими мотивами в приобретении турпродукта; 5) важнейшими характеристиками турпродукта являются максимальная длительность пребывания в транспорте во время путешествия, его цена и условия пребывания в месте отдыха. Следует рационально выстраивать логистику путешествия, предназначенного для пожилых, подбирая максимально-комфортную длительность путешествия и максимальную дальность следования; 6) транспортная составляющая в туризме людей третьего возраста должна дополняться обязательными атрибутами: трансфер до места проживания, медицинские работники в составе сопровождающих, специальная услуга помощи вывоза багажа и пр. Это обусловлено физическими особенностями пенсионеров, спецификой состояния здоровья и образа жизни.

Существуют определенные факторы, детерминирующие выбор туристского продукта в сегменте пожилых людей: региональная модель стиля жизни, этническая и ментальная составляющие, размер населенного пункта, финансовое положение и достаток, семейное положение, социальный статус.

3. Выявлены проблемы российской отрасли туризма пожилых людей и ожидания пенсионеров от туристских продуктов, предложены мероприятия по формированию и развитию рынка туризма третьего возраста. С целью рационального ведения туристического бизнеса с пожилым клиентом необходимо решить некоторые проблемы: 1) осведомление о турпродуктах; 2) приспособление средств размещения (в т.ч. туристов с ограниченными возможностями); 3) изучение понятия «зрелый возраст», и изучение процесса самоопределения пенсионеров; 4) приспособление транспорта под особенности пожилых; 5) профессиональная подготовка персонала для взаимодействия с пожилым потребителем; 6) осведомление о субсидиях, материальной помощи, скидках (помощь государственных институтов); 7) информирование о скидках, которые предлагаются туристическими операторами и организаторами перевозок, а так же активное предложение пожилым людям продуктов социального туризма, которые создают государственные и полугосударственные структуры.

Существуют определенные ожидания пенсионеров от туристских продуктов: 1) комфорт проживания; 2) качественное питание; 3) качество общения и уровень социального обслуживания; 4) адаптированные условия для анимации, спорта, развлечений; 5) качество медицинского обслуживания и страховка.

Предложения по развитию рынка туризма людей третьего возраста в России можно разбить на шесть общих тем: 1) *разработка и исследование*: требуется исследование на постоянной основе различных сторон жизни пенсионеров; 2) *создание единой информационной базы для пожилых лиц*: важно донести до пенсионера все возможности по использованию социальных льгот и скидок на приобретение тех или иных туристских услуг; 3) *формирование специализированного турпакета*: необходимо максимально персонализиро-

вать турпродукт под индивидуальные требования небольших потребительских групп, соответствовать высоким ожиданиям пенсионеров, чтобы заинтересовать их и полностью удовлетворить их потребности в рекреации; 4) *разработка системы финансового обеспечения*: определение источников финансирования проектов по созданию и продвижению специализированных продуктов на рынок туристских услуг, решение вопроса участия государства в туристских проектах, развитие частно-государственного партнерства; 5) *решение проблемы баланса между спросом и предложением*; 6) *развитие системы территориальных представительств и франшиз*.

Отсутствие коммуникационных подходов к пожилым туристам представляет проблему, которую необходимо решить в первую очередь. Формулировка в описании туристского продукта «для пожилых», «для пенсионеров», не всегда отражает релевантное качественное наполнение турпакета, что требует системных изменений в структуре и качестве туристских продуктов.

Инновации в туризме определяют конъюнктуру и перспективу рынка, а именно: а) *продуктовые инновации* – создание новых предложений по отдыху для пожилых людей, новые комбинации стран и/или курортов, экскурсионных маршрутов, чартерные программы, услуги или предложения по размещению, а также новая ценовая политика; б) *информационно-технологические инновации* – онлайн-бронирование максимально возможного количества услуг, ранняя регистрация на рейсы, удобство платежных онлайн-систем, ускорение ряда бизнес-процессов, онлайн-трансляции с курортов, из отелей и т.д.; в) *коммерческие инновации* – продвижение продукта и бренда, поиск выгодных форм сотрудничества в этой области; г) *организационные инновации* – реорганизация внутренней структуры компании или определенных бизнес-процессов.

4. На основе анализа этапов взаимодействия агентов медицинского туризма с пожилыми людьми и их побудительных мотивов разработаны рекомендации для российского рынка медицинского туризма. В общей концепции медицинский туризм представляет собой гибридную сферу медицинской индустрии и гостеприимства, связанную в единую систему рынков с развитой инфраструктурой, включающей не только медучреждения, но и самые разные отрасли бизнеса (рис. 1). Этапы взаимодействия всех заинтересованных сторон рынка медицинского туризма представляют собой совокупность (линейку) процессов, представленную на рисунке 2.

В мотивационной сфере среди лиц третьего возраста выделяются несколько побудительных мотивов туризма в медицинском контексте: 1) *доступность* – экономия средств для тех, кто не имеет полноценного медицинского страхования в стране, ограниченное страхование или большие отчисления на медицинское обслуживание; в этот мотив вкладывается не только ценовой фактор, но и доступность определенных манипуляций / препаратов / методологии лечения; 2) *рост информированности* людей благодаря «сарафанному» радио – растущая информированность людей пожилого возраста о

возможностях в сфере медицинских услуг и расширяющиеся экономические рычаги для путешествий формируют повышенную установку на медицинский туризм; 3) этичность медицинской практики – желание людей ощутить собственную безопасность в проблеме, связанной со здоровьем или экстренной ситуации; повышенное внимание, персональная ответственность, опытные специалисты, детальный анализ – этого лишена медицина во многих странах; 4) современные медицинские технологии и высококвалифицированная медицинская помощь – пожилые люди более высокого статуса стремятся выбрать лучших врачей, инфраструктуру, клинику, страну; глобализация сделала это еще более доступной опцией; 5) популяризация «культуры молодости» - идеология, основанная на мысли, что в любом возрасте можно выглядеть и быть молодым и здоровым, всем своим видом излучать физическое здоровье, красоту, силу, выносливость, подтянутость; проявляется в стремлении пожилых людей отсрочить старение организма и внешности; 6) возрастная демография – стареющее население во многих богатых странах по всему миру увеличило спрос на оздоровительные услуги; туристы третьего возраста находят в туристских дестинациях лечебно-оздоровительного туризма варианты лечения без листов ожидания и более низкие расценки за аналогичные услуги по лечению хронических заболеваний.

При реализации поездок по медпутевке турфирме целесообразно привлекать специалистов с медицинским образованием, либо реализацией таких услуг могут заниматься специализированные посредники, имеющие лицензию на осуществление данной деятельности. Развитие правовой базы необходимо в силу большого корпоративного интереса к данной проблематике и непроработанности преференций для компаний, заинтересованных в оздоровлении собственных сотрудников.

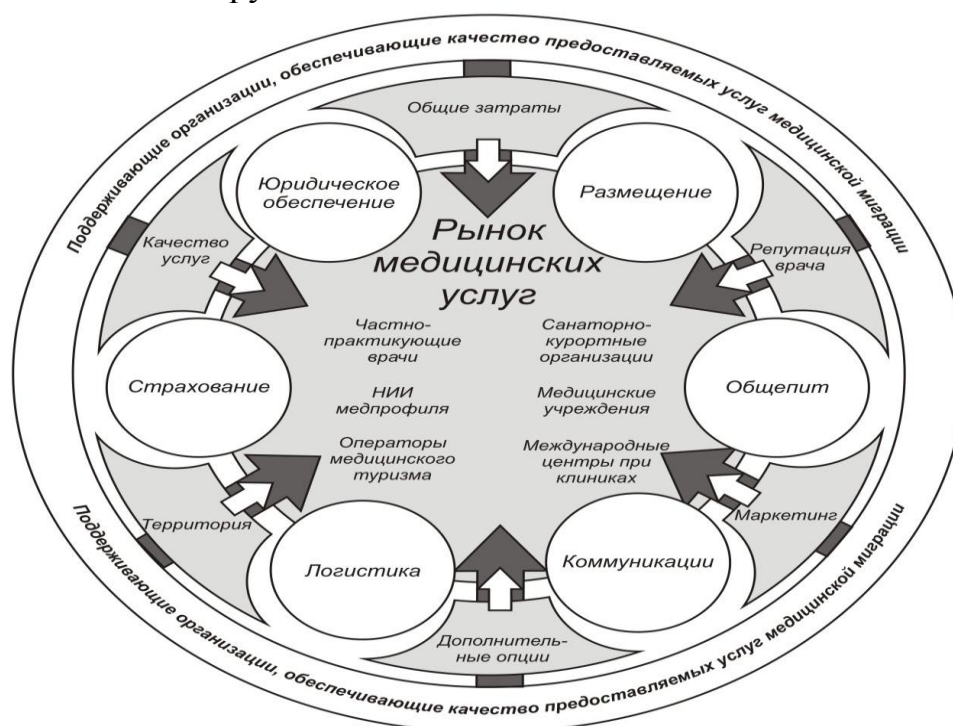


Рисунок 1 – Схема взаимодействия рынка медицинских услуг и смежных рынков

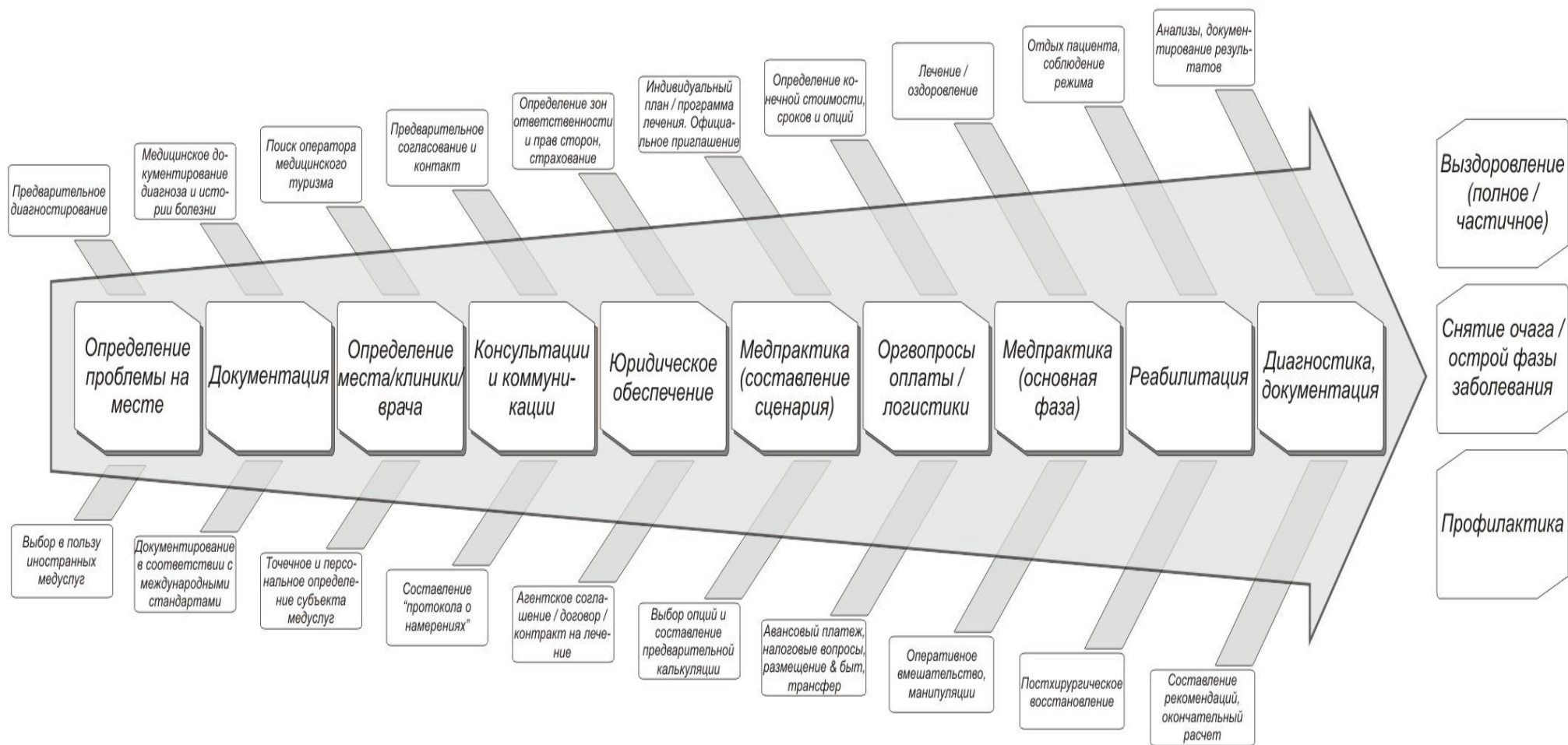


Рисунок 2 –Линейка этапов взаимодействия с пожилыми людьми в рамках медицинского туризма

Должны быть институциональные стимулы налогового, юридического и финансового характера. Привлечение страховых компаний необходимо с целью создания буфера, который бы смог приводить рынок в баланс при чрезвычайной ситуации, обеспечивать личную / корпоративную безопасность, а также для решения вопросов надежности, связанных с визовыми взаимоотношениями. Большой потенциал рынка медтуризма связан с эффективной реализацией вопроса оформления специальной медицинской визы для туристопациентов, позволяющей находиться в точке пребывания необходимый период времени. В российской практике этот инструмент практически отсутствует.

Россия с каждым годом все больше интегрируется в международный рынок медицинских услуг. В нашей стране есть возможность получить практически любое лечение, особенно в сегменте высокотехнологичных уникальных операций. Россия обладает уникальными природными территориями с отличной экологией. Однако существует большое отставание по отдельным направлениям, сохраняется острая ситуация с доступностью квалифицированной помощи в отдаленных районах, частично отсутствует инфраструктура.

Требуется системная фундаментальная работа в области капитализации лучших практик, технологий, открытий, компетенций отечественного медицинского сектора. Важно определить собственные точки роста, позиционировать себя в глобальном пространстве и всецело ориентироваться на показатели качества и жизни граждан.

5. Разработан методологический подход оценки специализированного турпродукта для пожилых людей на основе симбиоза экономико-математического инструментария, маркетингового анализа, метода экспертных оценок и MDA-подхода к оценке бизнес-идей. Методологический подход к оценке перспективности формирования специализированного турпродукта для пожилых людей зависит от конкретного решения, возрастной подгруппы пенсионеров и прочих институциональных условий. С целью обоснования эффективности внедрения специальных туристских продуктов для пожилых потребителей и оценки ресурсного состояния можно использовать экономико-математический аппарат, который поможет ответить на вопрос относительно целесообразности введения таких услуг в конкретной компании, регионе или стране.

Конкурентоспособность туристского продукта основывается на привлекательности направления для пожилого туриста, рыночных параметрах и экономической целесообразности для туроператора. Оценка и обеспечение конкурентоспособности туристского продукта должны носить системный характер (рис. 3), а алгоритм оценки состоять из следующих этапов: оценка конкурентоспособности направления с помощью интегрального показателя конкурентоспособности; анализ факторов сезонности; анализ стадии жизненного цикла туристского направления; анализ ресурсов направления; определение необходимого объема перевозки с помощью бюджетных показателей.

Оценка конкурентоспособности направления предполагает расчет интегрального показателя конкурентоспособности на основе метода балльных оценок. Опрос группы специалистов позволит присвоить вес каждому показателю и составить единую сводную таблицу. На основе этих данных можно будет рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности:

$$K = \sum w_i \times a_i / m, \quad (1)$$

где w_i – коэффициент значимости показателя; a_i – балл, присвоенный показателю, $i = 1...m$; m – количество показателей, анализируемое для турнаправления.

Чтобы оценить экономическую составляющую разработки специального предложения для пожилых людей, в первую очередь, следует сделать прогноз количественных и качественных изменений турпотока. Прогноз может быть произведен по формуле:



Рисунок 3 – Система оценки и обеспечения конкурентоспособности туристского продукта

$$ТПп = Ч \times (n - n1) / 100\% \times (впф + впп) / 100\% \quad (2)$$

где ТПп – величина прогнозируемых турпотоков пожилых граждан (тыс. чел.); Ч – численность постоянного населения на определенной территории (тыс. чел.); n – доля людей старше трудоспособного возраста в общей численности населения (%); $n1$ – доля людей в возрасте старше 70 лет в общей численности населения (%); $впф$ – доля пенсионеров, посещающих регионы России с целью отдыха и рекреации (%); $впп$ – доля пенсионеров, которые будут посещать регионы России с целью отдыха и рекреации в случае формирования специализированного предложения (%).

Расчет прогнозируемого количества пожилых граждан, которые будут чаще посещать регионы РФ в результате предложения специализированного турпродукта может быть произведен по формуле:

$$Кчп = Ч \times (n - n1) / 100\% \times впф / 100\% \times вчп / 100\% \quad (3)$$

где Кчп – прогнозируемое количество пенсионеров, которые будут чаще посещать регионы РФ с введением турпродукта (тыс. чел.); вчп – доля пенсионеров, которые будут чаще посещать регионы РФ с введением турпродукта (%).

Расчет прогнозируемого количества пожилых граждан, которые будут дольше пребывать в регионах РФ, может быть произведен по следующей формуле:

$$Кдп = Ч \times (n - n1) / 100\% \times \text{впф} / 100\% \times \text{вдп} / 100\% \quad (8)$$

где Кдп – прогнозируемое количество пожилых граждан, которые будут дольше отдыхать в регионах РФ (тыс. чел.); вдп – доля пенсионеров, которые будут дольше отдыхать в регионах РФ с введением турпродукта (%).

Был составлен унифицированный профиль стандартного опросника, куда были включены такие показатели конкурентоспособности как: визовый режим, внешняя / внутренняя транспортная доступность, температура / влажность воздуха, тепловой режим, уровень экономического развития соседних регионов, близость промышленных центров, уровень развития туристической инфраструктуры, степень разнообразия туристических ресурсов, уровень безопасности и ментального комфорта, уникальность направления, этническая выразительность, стоимость путевки и услуг в регионе приема, ожидаемая прибыльность направления, ожидаемое число «сгоревших» кресел по направлению, глубина продаж, длительность туристического сезона, предпочтение клиентов по категориям отелей, повторно обратившиеся клиенты, емкость отельного рынка, чартерные рейсы из других городов.

Оценку конкурентоспособности направления релевантно подкреплять MDA-анализом, который включает такие критерии как: барьеры для выхода на рынок, размер рынка и темпы роста, прибыльность рынка, сезонность, конкурентная ситуация, дифференциация, стабильность спроса, влияние внешней среды, глубина бронирования, прогнозируемая относительная доля рынка, лояльность клиентов, возможности продвижения маршрута, рискованность, качество продукта, наличие успешного опыта открытия аналогичных направлений, возможность производства по конкурентоспособным ценам, уровень необходимых инвестиций.

К сезонным показателям можно отнести индекс скорости продаж, который рассчитывается как отношение исторически наблюдаемой скорости продаж к текущей необходимой скорости.

Для определения стадии жизненного цикла направления необходимо проанализировать ресурсы, которыми обладает направление. Можно использовать матрицу рыночной ниши и разделить все направления в зависимости от того, на каком поле матрицы они находятся (рис. 4).

| | |
|---|---|
| А Высокая частота рейсов Большое количество мест | В Высокая частота рейсов Небольшое количество мест |
| С Низкая частота рейсов Большое количество мест | Д Низкая частота рейсов Небольшое количество мест |

Рисунок 4 – Матрица рыночной ниши специализированного турпродукта для пожилых людей

В качестве основы анализа ресурсов направления может использоваться классификация элементов туристского потенциала, предложенная Я. Качма-реком. На основе данной классификации можно составить таблицу детерми-нант развития туристского потенциала по критериям туристских достопримечательностей, туристской инфраструктуры, транспортной доступности, экономических, политических, технологических, природно-экологических, культурных и социально-демографических ресурсов.

При составлении бюджета доходов и расходов руководители туристиче-ских подразделений планируют размер выкупаемых квот, их стоимость, наценку, агентскую комиссию, объем выручки, процент «сгоревших» биле-тов, прямые расходы и прочие показатели. Финансовая служба турфирмы предоставляет данные по косвенным расходам на направлении. Если в ре-зультате наложения расходов на планируемую цифру доходности получается неудовлетворительный годовой результат, то необходимо скорректировать, либо объемы квот, либо частоту рейсов.

В настоящее время можно получить лишь приблизительные показатели косвенных расходов, так как не существует методики расчета расходной ча-сти по конкретному направлению. Определение объема перевозки с помо-щью бюджетирования требует от турфирмы инновационного подхода к тех-нологии учета и бизнес-процессу в целом. Необходимым становится расчет доходности не подразделений, которые могут объединять несколько направ-лений, а каждого направления.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ Публикации в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, рекомен- дованных ВАК

1. Корчагин, Е.П. Туристический бизнес для людей старшего возраста / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // ЭКО (Всероссийский экономический журнал). – 2012. – № 9 (459). – С. 33–39.
2. Корчагин, Е.П. Рынок туристических услуг для людей зрелого возрас-та: проблемы и перспективы развития / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // Марке-тинг в России и за рубежом. – 2012. – № 6 (92). – С. 71–80.

3. Корчагин, Е.П. Туристический рынок для пожилых людей в российском экономическом пространстве / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // *European Social Science Journal* (Европейский журнал социальных наук). – 2013. – № 3 (31). – С. 461–470.

4. Корчагин, Е.П. Китайские пенсионеры – будущее мирового туристического рынка / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // *European Social Science Journal* (Европейский журнал социальных наук). – 2014. – № 8 (47). – Т. 2. – С. 529–535.

5. Корчагин, Е.П. Гендерная специфика стратегического маркетинга на российском рынке туризма для сегмента потребителей категории старшего возраста / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2014. – № 2 (100). – С. 92–102.

6. Корчагин, Е.П. Российский рынок туризма в условиях экономического кризиса / Е.П. Корчагин // *Вестник Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина. Серия: Гуманитарные науки*. – 2015. – № 6 (146). – С. 94–100.

Статьи и материалы в других изданиях

7. Корчагин, Е.П. Особенности спроса на туристические услуги в сегменте пожилых людей / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // *Маркетинг услуг*. – 2014. – № 1 (37). – С. 48–55.

8. Корчагин, Е.П. Развлекательная составляющая туристических услуг для лиц пожилого возраста / Е.П. Корчагин, И.В. Грошев // *Маркетинг услуг*. – 2014. – № 3 (39). – С. 188–196.

9. Корчагин, Е.П. Менеджмент в туристическом бизнесе для лиц старшей возрастной категории / Е.П. Корчагин // *Материалы VII Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы социально-экономических исследований»*. – Махачкала: Научно-издательский центр «Апробация», 2013. – С. 155–156.

10. Корчагин, Е.П. Китайские пенсионеры – будущее мирового туристического рынка / Е.П. Корчагин // *Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы экономики в общегосударственном и региональном масштабах»*. – Пенза: РИО ПГСХА, 2014. – С. 71–72.

11. Корчагин, Е.П. Стратегический маркетинг в туристическом бизнесе для сегмента потребителей старшего возраста / Е.П. Корчагин // *Интеграция мировых научных процессов как основа общественного прогресса: материалы Международных научно-практических конференций за сентябрь 2014*. – Казань, 2014. – С. 180–182.

12. Корчагин, Е.П. Менеджмент в туристическом бизнесе для лиц старшей возрастной категории / Е.П. Корчагин // *Сборник материалов II Международной научно-практической конференции «Социально-экономические науки и гуманитарные исследования»*. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – С. 89–91.

