

### ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

---

**Волков Сергей Константинович,**

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета;  
ambiente2@rambler.ru

Статья посвящена анализу туристского потенциала Волгоградской области. Рассматриваются проблемы, сдерживающие поступательное развитие индустрии туризма в регионе. Делается вывод о низком уровне поддержки со стороны региональных властей.

**Ключевые слова:** туризм, индустрия гостеприимства, туристская инфраструктура, Волгоградская область.

Россия – страна, обладающая большим туристским потенциалом. Обширные территории, богатая история, наличие огромного количества культурно-исторических мест, все это делает страну уникальной по сравнению с конкурентами. Однако следует констатировать то, что, несмотря на все богатство России, она занимает незначительное место в структуре современного туристского рынка, ее доля составляет всего один процент.

В российской индустрии туризма и гостеприимства существует огромное количество проблем, которые являются основными сдерживающими факторами в развитии внутреннего и въездного туризма на территорию РФ. По мнению Федерального агентства по туризму РФ, основными факторами, сдерживающими развитие въездного и внутреннего туризма, в настоящее время являются:

– образ России как страны, неблагоприятной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации;

– действующий порядок выдачи российских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, не способствующий росту въездного туризма;

– недостаточно развитая туристская инфраструктура, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса (2 – 3 «звезды») с современным уровнем комфорта, несоответствие соотношения «цена/качество» в гостиницах и других средствах размещения;

– недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны, что связано с низким уровнем бюджетного

финансирования;

– невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров.

В современной российской индустрии туризма сложилась и активно развивается тенденция оттока российских туристов на отдых за границу. Сегодня выездной туризм доминирует над внутренним и, тем более, над въездным. Так, согласно статистическим данным Ростуризма, количество поездок россиян за рубеж в 2009 году составило 34 276 264 человек, в то время как общее число поездок иностранных граждан в Россию составило 21 338 650 человек. Таким образом, мы можем убедиться, что выездной туризм в 1,5 раза превосходит въездной, что, естественно, весьма негативно сказывается на развитии всей индустрии туризма и гостеприимства России.

Неразвитость всей индустрии туризма Российской Федерации негативно сказывается на развитии туризма в регионах страны. Пожалуй, только Москва, Санкт-Петербург и отчасти города «Золотого кольца» России могут похвастаться устойчивым интересом со стороны как внутренних, так и иностранных туристов. В большинстве других регионов России наблюдается рецессия туристских потоков. Туристская активность в таких регионах сводится к деятельности многочисленных туристских агентств по отправке российских граждан на отдых за рубеж. Схожая ситуация сложилась и в Волгоградской области.

Волгоградская область – один из крупнейших регионов Южного федерального округа России, обладающий большим туристским потенциалом. Самым крупным городом данной области является город-герой Волгоград. Несмотря на значительную культурно-историческую значимость данного города, туристские потоки характеризуются как крайне малые и слабо развивающиеся. Туризм в городе играет второстепенную роль, несмотря на то, что Волгоград (Сталинград) известен далеко за пределами России как историческое место. На территории Волгограда и Волгоградской области находятся культурно-исторические памятники государственного масштаба. К примеру, монумент «Родина-мать зовёт!» вошла в список семи чудес России. Кроме того, Волгоградская область располагает колоссальными природными ресурсами, которые могут и должны быть использованы для развития индустрии туризма в регионе.

Согласно государственному реестру туристских маршрутов в субъекты Российской Федерации, основными видами отдыха (туризма) в регионе являются речной и экскурсионный. Данный список, по мнению автора, следует дополнить такими видами туризма, как культурно-познавательный, охотничий, рыболовный, событийный, лечебно-оздоровительный и рекреационный. Все эти виды туризма могли бы полноценно развиваться при надлежащем подходе к их организации со стороны региональных властей.

Однако поступательному развитию индустрии туризма и гостеприимства в Волгоградской области мешает не только отсутствие интереса со стороны государственных структур, но и наличие серьезных проблем комплексного

характера.

Основной проблемой, сдерживающей развитие туризма в Волгоградской области, является низкий уровень развития туристской инфраструктуры региона. Речь идет не только об отсутствии элементарных дорог высокого качества (эта проблема является наиболее актуальной для Волгограда), но и об отсутствии надлежащего транспортного обеспечения на территории Волгоградской области. Подвижной состав большинства транспортных предприятий региона (в первую очередь – автобусных) оставляет желать лучшего. Большинство автобусов, выполняющих междугородние рейсы внутри страны, представляет собой машины иностранного производства, находящиеся в эксплуатации двадцать и более лет. Все это ведет к снижению уровня безопасности туристов, а как следствие, и к сокращению туристских потоков.

Важным показателем развития индустрии туризма в регионе является наличие качественного современного аэропорта международного класса. Наличие аэропорта в городе способствует интенсификации туристских потоков. К большому сожалению, существующий в Волгограде аэропорт не отвечает современным требованиям качества и нуждается в скорейшей модернизации технической базы. Наличие развитой транспортной индустрии и инфраструктуры в регионе является обязательным условием для качественного развития туризма.

Другой серьезной проблемой является отсутствие в Волгограде и области качественных гостиниц туристского класса, т.е. категории 2 – 3 звезд-ды. Основные гостиницы города («Волгоград», «Интурист», «Южная», «Октябрьская» и «Олимпия») хоть и позиционируют себя так отели именно такого уровня, к сожалению, не соответствуют европейским гостиничным требованиям, предъявляемым к гостиницам данной категории. Несоответствие касается не только уровня обслуживания в данных гостиницах, но и ценового фактора. Проведя сравнительный анализ ценового уровня гостиниц в Волгограде, Лондоне и Риме, выяснилось, что средний ценовой уровень в гостиницах той же категории в столицах Великобритании и Италии лишь ненамного выше, чем в гостиницах Волгограда. Средняя цена за ночь в гостиницах Рима составила 56 евро, в гостиницах Лондона – 59 евро, в то время как стоимость гостиницы в Волгограде составляет 51 евро за одну ночь. Статусное сравнение этих трех городов видится нецелесообразным, для того, чтобы понять, что разница в ценах несоизмерима с их туристскими возможностями и ресурсами. Таким образом, гостиницы Волгограда и Волгоградской области целесообразнее отнести к некатегорийным средствам коллективного размещения.

Неразвитость индустрии размещения в Волгоградской области отчасти можно объяснить полным отсутствием интереса и помощи со стороны государственных структур. К примеру, в Турции гостинично-туристский комплекс на 40 % дотируется государством, что позволяет устанавливать конкурентоспособные цены. В Израиле до 30% инвестиций в гостиничную

сферу возвращается инвестору государством в виде прямых отчислений и налоговых льгот. Все эти государственные меры поддержки гостиничного сектора приводят к повышению конкурентоспособности национального туристского продукта, что естественным образом сказывается на динамике туристских прибытий. Приходится констатировать, что низкий уровень развития гостиничной индустрии в Волгоградской области не способствует притоку туристов в регион.

Ключевой проблемой, сдерживающей развитие туризма в регионе, является отсутствие рекламы о туристских возможностях Волгоградской области. Для преодоления сложившейся ситуации необходимо создать конкурентоспособный региональный туристский продукт. Для этого необходимо разработать маркетинговую стратегию, которая обеспечивала бы продвижение регионального туристского продукта на внешний уровень. Основой такой маркетинговой стратегии должна стать активная рекламная компания, которая обеспечила бы информационную поддержку потенциальных туристов. Ключевую роль в этом должна играть региональная власть, так как именно от политической воли последней зависит успех в реализации маркетинговой стратегии по продвижению туристского продукта.

Ложкой меда в бочке дегтя может являться развитая система общественного питания в г. Волгограде и Волгоградской области. Уровень развития ресторанной индустрии и системы общественного питания в регионе находятся на достаточно высоком уровне. Изобилие разнообразных кафе, баров, ресторанов, таверн, пунктов быстрого питания впечатляет. Данный сектор сферы услуг характеризуется высокой степенью конкуренции, что естественным образом отражается на качестве и уровне обслуживания клиентов (туристов).

При наличии развитой индустрии туризма и гостеприимства Волгоград и Волгоградская область могут рассчитывать на значительные социальные и экономические дивиденды. Прежде всего, уже давно доказано, что развитая индустрия туризма способствует созданию дополнительных рабочих мест. Повышение трудовой занятости населения происходит как в предприятиях первичных услуг (туроператоры, турагенты, транспортные предприятия, предприятия по изготовлению и торговле сувенирной продукцией и т.д.), так в предприятиях по предоставлению вторичных услуг (предприятия питания вне гостиничного хозяйства, банки, химчистки, лечебные заведения и т.д.). Все это способствует развитию мелкого и среднего бизнеса.

Развитая индустрия туризма способствует увеличению притока туристов в регион, что, в свою очередь, способствует повышению денежных поступлений в казну области через налоговые отчисления предприятий, задействованных в процессе обслуживания туристов. К слову, денежные поступления от туризма в 2008 году составили 944 миллиарда долларов (642 млрд. евро). Доход от индустрии туризма в развитых странах превышает доход от

международной торговли цветными металлами. Зачастую туризм является единственным источником поступления иностранной валюты. При наличии полноценной индустрии туризма в регионе, Волгоградская область могла бы рассчитывать на значительные денежные поступления в бюджет области по статье «туризм».

Кроме экономического эффекта, туризм оказывает глубокое социальное влияние на жизнь общества. Успех туризма как социального явления заключается в том, что в его основе лежит удовлетворение неизменной потребности человека в познании окружающего его мира. Туризм – это в первую очередь удовольствие.

Главная социальная функция туризма заключается в организации досуга населения, помогает рационально использовать свободное время людей. В динамичном мире XXI века человек постоянно подвержен психологическим нагрузкам, он постоянно находится в стрессовых ситуациях, что в итоге приводит к истощению и изнашиванию организма. У уставшего человека (работника) притупляется внимание и концентрация, что отражается на качестве его работы. Для восстановления физических и психологических сил, человеку необходимо активно отдыхать. Таким образом, туризм способствует здоровому развитию человека и общества.

Само наличие огромных туристских ресурсов у отдельно взятого региона еще не гарантирует ему больших потоков туристов. Для развития активного туризма в туристский регион необходимо обеспечить соответствующие экономические, политические и социально-культурные условия, способствующие росту приезжих туристов. Для того, чтобы туризм стал приносить экономический и социальный доход, необходимо активно развивать имеющиеся ресурсы. Необходимо комплексное развитие туристской инфраструктуры области. Это подразумевает не только модернизацию существующих средств размещения (гостиниц), но и развитие сопутствующей инфраструктуры (дороги, транспорт, объекты развлечения и др.). При правильном подходе и при наличии сильной политической воли со стороны региональных властей, Волгоградская область может рассчитывать на положительную динамику роста туристских потоков, что в свою очередь может дать толчок к развитию другим отраслям народного хозяйства данного региона.

#### **Список источников**

1. Tourism highlights, 2009 edition. – Madrid: UNWTO, 2009.
2. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности на 2007 год и на период до 2009 года. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2006.
3. Поддержка гостиничного бизнеса за рубежом [электронный ресурс]. – [2008]. – Режим доступа: <http://tourismbiz.ru/st1/st14.htm>
4. Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма: учебное пособие [текст] / Г.А. Яковлев. – М.: Изд-во РДЛ, 2002.

---

## **FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE VOLGOGRAD REGION**

---

**Volkov Sergey Konstantinovich,**

Ph. D. of Economy, Senior Teacher of Volgograd State Technical University;

ambiente2@rambler.ru

Article is devoted to the analysis of tourism potential of the Volgograd region. The problems constraining forward development of tourism industry in region are considered. It is drawn conclusion about low level of support from the regional authority.

**Keywords:** tourism, hospitality, tourism infrastructure, Volgograd region.