
СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Волков Сергей Константинович,

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета;

ambiente2@rambler.ru

В настоящей работе представлены результаты анализа внутренней и внешней среды развития социального туризма на территории Волгоградской области. Проведен SWOT-анализ, результаты которого позволяют определить потенциал социального туризма Волгоградской области. Выявлены основные проблемы и намечены пути их решения. Предложены мероприятия по развитию социального туризма.

Ключевые слова: социальный туризм, SWOT-анализ, туристский продукт, Волгоградская область.

Туризм играет значительную роль в жизни государства и общества. Помимо чисто экономических функций, таких как создание дополнительных рабочих мест, стимулирование производства, формирование бюджета (в том числе и валютных поступлений), развитие смежных с туризмом отраслей народного хозяйства, индустрия туризма выполняет определенные функции социального характера. Основная социальная функция современного туризма заключается в организации досуга населения. Кроме того, исследователи выделяют ряд социальных задач, которые призван решить туризм:

- способствует восстановлению сил и трудоспособности человека;
- способствует рациональному использованию свободного времени людей;
- повышает жизненный уровень населения;
- способствует повышению культурного уровня населения и распространению культурных ценностей;
- налаживает сотрудничество между странами, регионами, народами;
- формирует новые связи между отдельными людьми и группами.

С переходом экономики России на рыночные отношения, туризм превратился в сугубо экономическую категорию. В современной России практически отсутствует институт социального туризма. В свою очередь

уровень развития социального туризма отражает уровень развития социальной сферы страны. В мировой практике социальный туризм является эффективным инструментом социальной политики. Исследователи отмечают, что основной целью развития данного вида туризма является предоставление широкому кругу лиц, в том числе и с низким уровнем доходов, возможности пользоваться туристскими услугами.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет социальный туризм как «туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей». Следует отметить, что это единственное упоминание о социальном туризме в российском законодательстве. При активном декларировании о необходимости развития социального туризма, в нашей стране до сих пор отсутствует федеральная программа по развитию данного вида туризма. До сих пор нет подзаконного акта, который бы регламентировал предоставление этой самой государственной поддержки при осуществлении туристских поездок. Не определен также и круг лиц, которые могут воспользоваться полагающимися им бюджетными средствами, предусмотренных на социальные нужды.

Волгоградская область – один из крупнейших регионов южного федерального округа России обладающий большим туристским потенциалом, в силу своего уникального географического положения, природных условий и исторического наследия. 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 мирового масштаба. 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. На территории Волгоградской области расположено семь особо охраняемых природных парков, общая площадь которых составляет свыше 600 тыс. гектаров. Данные природно-рекреационные ресурсы могут и должны быть использованы для развития социального туризма, а также всей индустрии туризма региона.

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

региональных властей.

Ежегодно область посещают, по разным оценкам, от 100 до 150 тысяч неорганизованных туристов на автомобилях, которые размещаются по местам водоёмов. Внутренний поток туристов в Волгоградскую область за последние 3 года увеличивается в среднем на 4,5 – 5 % и составил в 2009 году приблизительно 470 тыс. человек (табл. 1). Доля социальных туристов в структуре турпотока в регион не определена, в силу слабого развития статистического учета туристов.

Таблица 1

Динамика туристских потоков в Волгоградскую область в 2006-2009 гг.

Год	2006	2007	2008	2009
Количество туристов, тыс. чел	Около 400	Около 420	Около 448	Около 470

Источник: данные ГУ «Центр туризма», комитета по физической культуре Администрации Волгоградской области.

Индустрия гостеприимства Волгограда и Волгоградской области развита довольно слабо. В настоящее время на территории Волгоградской области действуют 65 гостиниц, включая ведомственные, общей вместимостью 5200 человек; 16 санаториев, вместимостью 2130 человек; 217 турбаз, общей вместимостью 5500 человек. Общий среднегодовой коэффициент загрузки объектов размещения составляет 60 %, в то время как сервис оставляет желать лучшего. Однако большинство гостиниц, баз отдыха и других объектов размещения не соответствуют мировым стандартам по уровню сервиса. Примерно 20% турбаз, работающих на территории области, соответствуют необходимому уровню гигиены и комфортности, способны функционировать круглогодично, поэтому въездной туризм в Волгоградской области имеет ярко выраженный сезонный характер (май – сентябрь).

На основе проведенной оценки состояния туристской отрасли были определены возможности и ограничения, преимущества и недостатки развития социального туризма на территории Волгоградской области (табл. 2).

Представленный SWOT-анализ показал, что, безусловно, Волгоградская область обладает богатыми рекреационными ресурсами для развития социального туризма. Однако очевидно, что существуют комплексные проблемы в сфере развития социального туризма, которые носят острый и системный характер. Для их решения необходимы новый подход и программно-целевой метод, позволяющий повысить конкурентоспособность, удовлетворить растущий спрос на социальные нужды туристического характера и обеспечить условия для устойчивого развития социального туризма.

Сравнивая слабые стороны туристической отрасли и возможности, имеющиеся на рынке туристических услуг Волгоградской области, можно сделать следующие выводы: существующая система управления, законодательная база, маркетинговая система продвижения регионального

турпродукта, кадровый, инвестиционный потенциал и инфраструктура туристической отрасли не позволяют в полной мере реализовать возможности, имеющиеся в Волгоградской области.

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа социального туризма Волгоградской области

Преимущества (сильные стороны)	Недостатки (слабые стороны)
<p>Богатое культурно-историческое наследие; Высокий природно-рекреационный потенциал Наличие культурных и исторических памятников не только федерального, но и мирового значения Наличие общественных и коммерческих организаций, которые могут содействовать развитию социального туризма Относительная близость к главным туристским центрам страны (Москва, Санкт-Петербург, города «Золотого кольца»)</p>	<p>Низкий уровень развития туристской инфраструктуры Отсутствие социальных турпродуктов Волгоградской области на внутреннем и международном туристских рынках Отсутствие узнаваемости и привлекательности образа региона (отсутствие узнаваемого бренда) Отсутствие отраслевой статистики, обеспечивающей информационную и управленческую поддержку развития индустрии туризма Низкий уровень подготовки туристских кадров Низкий уровень развития транспортной инфраструктуры (отсутствие аэропорта международного уровня) незначительный объем инвестиций отсутствие законодательной базы по поддержке и развитию социального туризма в регионе</p>
Возможности	Угрозы
<p>Выгодное географическое положение, позволяющее привлекать туристов из соседних регионов и областей РФ Заинтересованность со стороны региональной власти в развитии индустрии туризма (в том числе и социального туризма) Возможность роста рынка туруслуг, при эффективном использовании имеющихся турресурсов и инфраструктуры Возможность создания смешенного турпродукта (Волгоград-Москва, Волгоград-Саратов и т.п.) Повышенный интерес региональных властей к социальной поддержке населения</p>	<p>Растущая конкуренция среди туристских регионов РФ Несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей туристскую отрасль (социальный туризм) Снижение государственных расходов по статье «социальная поддержка населения» Риск снижения туристского потока при ухудшении криминогенной обстановки в области Усиление тенденции развития выездного туризма в связи с низким уровнем предоставляемых услуг и высокими ценами на них Ухудшение экологической обстановки</p>

Источник: составлено автором.

Перспективность развития социального туризма на территории Волгоградской области обусловлена высоким культурно-историческим потенциалом региона. На территории г. Волгограда и области находится огромное количество мест исторической значимости, что может рассматриваться как дополнительный фактор привлекательности для привлечения туристов. В качестве основной целевой аудитории для развития социального туризма, по мнению автора, следует рассматривать школьников. В условиях воспитания молодежи в духе патриотизма, необходимо делать упор на продвижение мест боевой и военной славы. В этих условиях Волгоградская область может стать, так называемой Меккой патриотического социального туризма. Необходимо развивать туры выходного дня для школьников из соседних регионов ЮФО. При правильной организации и должном внимании к проблемам социального туризма со стороны региональных властей, данный вид туризма может стать одним из полюсов роста для всей индустрии туризма и гостеприимства Волгоградской области.

Для реализации имеющихся туристических возможностей Волгоградской

области нужно создать необходимые условия для развития социального туризма, а именно:

- создание законодательной базы регулирования социального туризма;
- формирование образа Волгоградской области как территории, привлекательной для внутреннего и въездного социального туризма;
- обеспечение целевого финансирования и господдержки развития социального туризма;
- поддержка охраны памятников природы, культуры и истории в рамках областных целевых программ;
- развитие туристской инфраструктуры в муниципальных образованиях;
- стимулирование развития малого бизнеса для оказания сопутствующих туризму сервисных услуг;
- предоставления организациям реализующих данный вид туризма налоговых преференций;
- стимулирование развития эффективной конкурентной среды в туристской отрасли;
- разработка учебных программ для подготовки кадров для туризма и сопутствующих отраслей (с упором на социальный туризм);
- поддержка продвижения региональных туристских продуктов на внутреннем и международном туристских рынках;
- проведение дифференцированной политики на внутреннем туристском рынке в отношении социальных групп;
- стимулирование инвестиций в развитие внутреннего социального туризма.

При правильном симбиозе господдержки и туристского бизнеса, Волгоградская область может стать привлекательным местом для развития внутреннего социального туризма, что позволит эффективно использовать возможности социального туризма не только как меры социальной поддержки, но и как инструмента повышения уровня жизни населения Волгоградской области.

Список источников

1. Филатова, И.Н. Социальные проблемы развития индустрии туризма в России: основные тенденции и перспективы [электронный ресурс] / И.Н. Филатова. – [2011]. – Режим доступа: <http://www.sgu.ru/files/nodes/9769/020.pdf>
2. Соколова, Н.А. Социальный туризм в системе социальной защиты населения [текст] / Н.А. Соколова // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2007. – № 3 (12). – С. 99.
3. Об основах туристической деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ (включая изм., вступ. в силу с 1 июня 2007 года) [текст] // Консультант Плюс: информационная система официальных документов. – [2011].

CONTEMPORARY STATE OF SOCIAL TOURISM IN VOLGOGRAD REGION

Volkov Sergey Konstantinovich,

Ph.D. of Economy, Senior Teacher of Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University;
ambiente2@rambler.ru

In the present work the analysis of internal and external environments of development of social tourism in the Volgograd region is carried out. The SWOT-analysis is carried out, defining potential of social tourism of the Volgograd region. The basic problems of branch are revealed and ways of their decision are planned. Actions for development of social tourism are offered.

Keywords: social tourism, SWOT-analysis, tour product, Volgograd region.