

На правах рукописи

БОГИНСКИЙ КОНСТАНТИН АРТУРОВИЧ

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА
В ФОРМИРОВАНИИ КОМПЛЕКСНОГО ТУРПРОДУКТА
ДЕСТИНАЦИИ**

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

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени кандидата
экономических наук

Санкт-Петербург – 2011

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов».

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор
Ворошцова Маргарита Гурьевна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Симонов Владимир Сергеевич

кандидат экономических наук
Никифоров Иван Валерьевич

Ведущая организация - Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Балтийская академия туризма и предпринимательства»

Защита состоится «__» февраля 2011 г. в __ часов на заседании диссертационного совета Д 212.237.02 при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов» по адресу: 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21, ауд. __.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов».

Автореферат разослан «__» января 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Сигов В.И.

1011А
5494

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Статистические оценки свидетельствуют о том, что спортивный туризм показывал в последнее десятилетие наиболее высокие темпы роста в мировом туризме. Более того, в то время как многие другие традиционные виды туристской деятельности демонстрируют спад, спортивный туризм продолжает успешно развиваться и показывает тренд устойчивого экспоненциального роста. Это позволило ведущим аналитикам предсказывать в 2010 г. рекордный рост доходов в спортивном туризме и 14 %-ную долю спортивного туризма в мировых поступлениях от туризма. При этом в отдельных странах, спорт обеспечивает до 25% всех поступлений от туризма. Всемирная туристская организация признала спортивный туризм в целом, а также прогнозирует, что зимние и водные виды спорта станут важнейшими сегментами туристского рынка к 2020 г. Таким образом, спортивный туризм расценивается как важнейшее направления восстановительного роста туризма в предстоящие годы.

Нарастающая взаимосвязь спорта и туризма обусловила активизацию поиска возможностей комбинирования их потенциала в стимулировании социально-экономического развития отдельных территорий. Спортивный туризм, даже не принимая во внимание социальную составляющую его развития, может стать ведущим компонентом повышения эффективности деятельности дестинаций на новых перспективных рынках за счет модернизации туристского предложения, обеспечивающего высокую степень удовлетворенности туристов, и тем самым вносить существенный вклад в социально-экономическое развитие территорий. Это приобретает особую актуальность в контексте повышения внимания к развитию въездного и внутреннего туризма в России. Принятая в 2010 г. концепция программы развития въездного и внутреннего туризма, беспрецедентная активность по организации спортивных событий мирового масштаба свидетельствует о том, что Россия в полной мере осознала социально-экономический потенциал туристской индустрии как катализатора социально-экономического регионального развития и предпринимает мощные управленческие усилия для стимулирования туристской деятельности на внутреннем и внешнем рынках, в том числе задействуя потенциал спорта в туризме.

Однако развитие спортивного туризма недостаточно обеспечено соответствующими статистическими, эмпирическими и теоретическими исследованиями. До начала XXI века научные работы посвящались исследованию туризма в целом, где анализ видовой



структуры туризма носил обобщенный характер. В ходе подобных исследований не были выработаны общие подходы к определению спортивного туризма как сложного феномена, в значительной степени сохранялись трактовки спортивного туризма как формы массовой рекреационной деятельности, базирующейся на использовании технологий специфического вида спорта – «спортивного туризма». Примерно с начала 2000-х гг. стал нарастать объем литературы, рассматривающей туристскую тематику более углубленно и специализированно. На этом этапе основное внимание стало сдвигаться в сторону оценки макроэкономических показателей развития туризма, изучения управленческой проблематики на уровне страны и региона, конкретным способом анализа и регулирования развития туризма (например, кластерном). Исследование специфики отдельных видов туризма в них, практически, уже не предпринималось. И только в последние годы стал нарастать научный интерес к изучению специфики отдельных видов туризма, акцентирующих внимание на их использовании как технологий развития туризма и территорий. В отношении спортивного туризма этот этап, фактически, привел к еще более фрагментарному подходу, что выразилось в рассмотрении активного туризма и его отдельных видов в контексте используемых спортивных технологий.

Степень разработанности научной проблемы. В настоящее время в России создана достаточно обширная и серьезная теоретическая база исследования и управления туризмом, заметную роль в формировании которой сыграли такие ученые, как В.И. Азар, А.Ю. Александрова, М.М. Амирханов, А.В. Бабкин, М.Б. Биржаков, В.Э. Гордин, Е.А. Джанджугазова, А.П. Дурович, М.А. Жукова, И.В. Зорин, Н.И. Кабушкин, Г.А. Карпова, В.А. Квартальнов, М.М. Маринин, В.Б. Сапрунова, В.С. Сенин, А.Д. Чудновский. Различным аспектам и особенностям взаимодействия государства и бизнеса в сфере туризма посвящены работы Ю.А. Барзыкина, Л.В. Баумгартена, М.Б. Биржакова, С.Б. Добчинова, А.Д. Кауровой, В.М. Козырева и других. Особо следует отметить вклад Т.И. Власовой, И.Е. Востокова, Ю.Н. Федотова в разработку теоретических основ и управленческих аспектов развития активного, спортивно-оздоровительного туризма. Тем не менее, многие теоретические вопросы, имеющие важное значение для практики спортивного туризма, не получили адекватного отражения в отечественной научной литературе. Это, в том числе, касается и таких основополагающих для каждой отрасли науки вопросов, как определение спортивного туризма; его типология и используемый терминологический аппарат. Разные трактовки спортивного туризма

крайне затрудняют ведение статистического учета, обобщение методических разработок и компаративный анализ социально-экономических оценок результатов и последствий развития спортивного туризма. С другой стороны, реализация поставленных задач развития въездного и внутреннего туризма зависит от согласованных действий государственных, в т.ч. региональных властей, и рыночного сектора туризма. Согласование этих действий должно базироваться на выделении приоритетных направлений, к числу которых сегодня относится спортивный туризм. Государственное управляющее воздействие направлено на стимулирование инициатив частного сектора в этой области, на создание инфраструктурных и экономических условий, на целостное продвижение дестинации, однако, собственно разработка и реализация туристских продуктов, относится к компетенции рыночных структур. Сегодня основное внимание в научной литературе уделяется разработке концептуальных, организационных, правовых и методических вопросов государственного регулирования развития туризма, в т.ч. на уровне отдельной дестинации, при этом недостаточное внимание уделяется рыночным механизмам координации деятельности субъектов туристского комплекса дестинации по повышению комплексности и качества туристского предложения дестинации.

С учетом вышеизложенного, актуальность выбранной темы диссертационного исследования определяется: во-первых, отсутствием комплексных разработок теоретических и социально-экономических основ развития спортивного туризма для целей развития дестинации; во-вторых, потребностью более полного использования потенциала сферы спортивного туризма в деятельности предприятий туристского комплекса с ориентацией на повышение привлекательности дестинаций; в-третьих, неразвитостью рыночных механизмов и недостаточностью их методического обеспечения для формирования конкурентоспособного предложения дестинации на базе развития продуктов спортивного туризма.

Цель исследования заключается в обосновании и разработке теоретических аспектов развития спортивного туризма и методических подходов к формированию спортивной составляющей туристского предложения дестинации на уровне хозяйствующих субъектов туристского комплекса.

В соответствии с целью исследования были поставлены следующие задачи:

– Систематизировать основные подходы к трактовке спортивного туризма, уточнить используемый терминологический аппарат и на этой

основе предложить новые определение и типологию спортивного туризма в координатах современного развития туризма.

- Рассмотреть и охарактеризовать особенности существующих моделей туризма и туристского поведения. Определить роль и место спортивного туризма в реализации базовых моделей туристской деятельности.

- Выявить тенденции и факторы, влияющие на характер туристского поведения. Выделить особенности спортивного туризма с точки зрения его вклада в процесс реализации задач развития туризма и решения социально-экономических задач российского общества.

- Систематизировать спортивные туристские ресурсы дестинации по видовому разнообразию и конкретизировать их характеристики, учитывающие неоднородность потребительских предпочтений спортивных туристов.

- Обосновать принципы формирования комплексного туристского предложения дестинации с использованием продуктов спортивного туризма, уточнить подходы к выбору и реализации стратегий развития туризма на уровне дестинации.

- Разработать методические подходы к обоснованию выбора стратегии, тактики и форм участия предприятий спортивно-туристского комплекса в формировании и продвижении комплексного туристского продукта.

Объектом исследования является спортивный туризм как многомерный феномен современного туризма и его потенциал в развитии дестинации.

Предметом исследования выступают стратегии и тактики использования потенциала спортивного туризма в повышении attractiveness дестинации.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых и практиков, посвященные анализу особенностей современного развития туризма в целом и спортивного туризма, в частности; проблемам экономического и социального развития территории, в том числе туристской дестинации; вопросам управления туристским производством и туристской дестинацией. Обоснованность выводов диссертационного исследования обеспечивалась системным подходом к решению поставленной проблемы; применением комплекса методов и методик, адекватных задачам исследования; обсуждением основных положений исследования на научных и практических конференциях.

Информационную базу исследования составляют данные Всемирной Туристской Организации, федеральной статистики Российской Федерации, международных организаций в сфере спортивного туризма, материалы эмпирических исследований, опубликованные в открытой печати, материалы научно-практических конференций, и семинаров, научно-методическая литература, периодические издания, материалы, расположенные на сайтах интернета,

Научная повизна результатов диссертационного исследования состоит в разработке комплекса теоретических положений и методических рекомендаций по формированию новых подходов к управлению конкурентоспособностью дестинации на базе использования потенциала спортивного туризма.

1. Обосновано расширение области туристской деятельности, охватываемой понятием «спортивный туризм». Уточнена система дефиниций, отражающих концептуальный и потребительский подходы к определению спортивного туризма.

2. Предложен многоуровневый подход к систематизации спортивного туризма, который может служить основой технологии решения маркетинговых и социально-экономических задач развития туризма в данной дестинации на основе дифференциации его спортивной составляющей для разных категорий туристов, обеспечивающий их вовлечение в потребление туристских продуктов дестинации.

3. Обоснована и доказана адекватность спортивного туризма современным тенденциям использования потенциала спроса на туристском рынке и актуальным направлениям реализации социально-экономических задач российского общества и на этой основе – его приоритетность в развитии въездного и внутреннего туризма.

4. Сформулирован и аргументирован авторский подход к рассмотрению комплексности туристского предложения дестинации как качественной характеристики совокупности туристских продуктов, базирующихся на совместном использовании разнообразных туристских ресурсов и продуктов дестинации, и его реализации на основе принципов синергетизма и стратегической гибкости.

5. Выделены и разработаны методические принципы реализации стратегии комплексного подхода к формированию туристских продуктов с участием хозяйствующих субъектов спортивно-туристского комплекса дестинации. Методические подходы основываются на системе факторов и обусловленных ими целей, стратегических и

тактических действиях участников рынка туристских услуг в создании спортивных туристских продуктов.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в дальнейшем развитии подходов к изучению и формированию теоретических основ исследования и управления спортивным туризмом на уровне дестинации. Полученные в диссертационном исследовании результаты позволяют расширить представления о процессах, происходящих в сфере спортивного туризма, учесть влияние факторов, возникающих на современном этапе развития туризма, углубить представления о теоретических основах развития спортивного туризма и дестинации.

Практическая значимость результатов исследования определяется их направленностью на формирование новых технологий и стратегий использования спортивного туризма как фактора повышения привлекательности дестинации; разработке практических рекомендаций по анализу туристских ресурсов дестинации для развития спортивного туризма; методических подходов к реализации стратегий и тактик субъектов спортивно-туристского комплекса дестинации по формированию комплексных турпродуктов.

Выводы и рекомендации автора могут быть использованы туристскими подразделениями территориальных органов власти и предприятиями и организациями туристского комплекса.

Апробация и публикация результатов исследования

Апробация результатов работы осуществлялась в выступлениях на научных сессиях профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов СПбГУЭФ по итогам НИР 2009-2010 гг., на Межрегиональной научной конференции «Актуальные проблемы регионального социально-экономического развития» (СПб, октябрь 2010 г.).

По теме диссертации автором опубликовано 5 работ общим объемом 2,8 п.л.

Структура и объем работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка. Во введении обоснована актуальность темы диссертационного исследования, сформулированы цель и задачи, требующие решения, раскрыта научная новизна и практическая значимость работы.

В первой главе проведен анализ динамики изменения туристских потоков и макроэкономических показателей развития туризма в мире и России; тенденций изменения моделей туризма; основных отечественных и зарубежных подходов к определению спортивного туризма; характеристик отдельных видов спортивного

туризма.

Во второй главе исследуются роль и место спортивного туризма в реализации современных тенденций развития туризма, обусловленных социально-экономическими и социально-культурными общественными трансформациями; а также осуществления задач развития туризма и решения социально-экономических проблем российского общества.

В третьей главе представлены результаты анализа и систематизации туристских ресурсов дестинации в разрезе уровней спортивного туризма, требования к потенциальным характеристикам туристских продуктов, ориентированных на учет специфических предпочтений туристов, принадлежащих разным уровням спортивного туризма; система обоснований стратегии повышения комплексности туристского предложения для повышения attractiveness дестинации и методических подходов к реализации этой стратегии на уровне рыночных субъектов спортивно-туристского комплекса дестинации.

В заключении обобщены основные положения работы, сформулированы основные результаты и выводы исследования. Библиографический список содержит 122 источника. В диссертации 8 таблиц и 5 рисунков.

2. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Проведенный анализ динамики изменения туристских потоков и макроэкономических показателей развития туризма в мире и России, в т.ч. выявленные признаки достаточно быстрого восстановительного роста развития туризма в условиях экономического и финансового кризиса, показал, что туризм является социально-экономической практикой, адекватной закономерностям становления и развития постиндустриальной экономики. По мере изменения координат развития постиндустриального общества туризм меняет свои модели, таким образом адаптируя и, в определенной степени катализируя осуществление актуальных социально-экономических процессов. Автором проведен компаративный анализ моделей массового туризма и альтернативного туризма; сформулированы отличительные черты концепции «нового туриста» и на этой основе заданы координаты новых подходов к определению спортивного туризма, его места и роли в современном туризме.

Обосновывается вывод, что целесообразно не противопоставлять существующие модели туризма, а нивелировать негативные последствия унифицированного массового туризма и

развивать широкий спектр видов туристской активности, которые, с одной стороны, отвечают требованиям экологической и социальной ответственности, а с другой стороны, более полно соответствуют растущему разнообразию интересов и предпочтений туристов. Описанные «идеальные» модели, редко встречающиеся в чистом виде, должны использоваться скорее как координаты поиска подходящих для конкретных условий дестинаций и отдельных туристских предприятий и организаций стратегий развития туризма.

Сформулированы важные дополнения к характеристике «новых туристов» на основе анализа их потребительской практики в контексте постмодернистской теории, рассматривающей туризм как форму массовой культуры постиндустриального общества. Среди важнейших из них, по мнению автора, можно выделить тенденции дедифференциации и плюрализма туристских практик.

Дедифференциация происходит в двух направлениях:

Горизонтальная дедифференциация выражается в размывании границ между отдельными областями социальной деятельности. Применительно к туризму это, в частности, проявляется в размывании границ между сферами производства и потребления и распространения феномена со-производства турпродуктов производителем и потребителем.

Вертикальная дедифференциация, проявляется в размывании общепринятых различий, в том числе статусных. В контексте туризма это означает потребительскую свободу от диктата жизненных стандартов, задаваемых принадлежностью к определенной социальной страте, и возможностью индивидуализации стиля жизни. Поддержание избранного стиля жизни становится самоценностью, а туризм – важным средством для этого. Здесь появляется новое основание для дифференциации, в частности, туристских продуктов, ориентированных на символическое выражение тех или иных жизненных стилей.

Эффект «размывания границ» и индивидуализация жизненных стилей связаны с одной из наиболее характерных черт постмодернистских практик - плюрализмом, который в туризме проявляется в одновременном смешении туристской деятельности различных видов, удовлетворяющих различные цели и потребности туриста в поездке. Как представляется автору, наблюдаемое расширение видового разнообразия туризма, отсутствие четких границ между его отдельными видами, а также многообразие терминологии, используемой для определения однотипной туристской деятельности, проявляющиеся как в научных исследованиях, так и в бизнес-практике, выражает указанные тенденции.

При этом, издержки отсутствия научной «чистоты» вполне компенсируются «технологичностью» такого подхода для использования потенциала туризма для управления развитием туризма, дестинаций и самих туристов.

2. Анализ отечественной литературы показал, что доминирует подход, ограничивающий спортивный туризм концепцией активного туризма (часто идентифицируемый также как спортивно-оздоровительный туризм). Базовым элементом такого туризма является физическая активность как самоценность или как привлекательный способ реализации иных целей туриста (например, познавательных), адаптирующий специфические спортивные технологии «спортивного туризма» как вида спорта в зависимости от уровня физической подготовки и мастерства участников. Таким образом, спортивный туризм в указанном здесь смысле также является составной частью активного туризма. Туризм, обусловленный спортивными событиями, обычно относят к событийному туризму. Таким образом, в России не сформировалось отношение к спортивному туризму как сложной интегрированной туристской деятельности. При этом, эволюция трактовок спорта в российской научной литературе, как показал анализ, создает все предпосылки для расширения толкования взаимосвязи спорта и туризма и в этом смысле соответствует зарубежным подходам к определению спортивного туризма.

Для обоснования определения спортивного туризма в работе проанализированы основные подходы к «комбинированию» спорта и туризма, практикующиеся в зарубежных странах.

Первый подход условно может быть квалифицирован как «туризм обслуживает спорт». Здесь туризм рассматривается как деятельность, повышающая ценность спортивных (в классическом строгом понимании, важными характеристиками которого являются соревновательность и/или достижения) занятий, включающих активные и пассивные (зрительские) их формы, за счет предоставления дополнительных элементов удовлетворения спортивных интересов, составляющих основной мотив поездки.

Второй подход рассматривает спортивный туризм как своеобразную комбинацию туризма и спорта. Этот подход отражает двусторонние взаимосвязи спорта и туризма. Включая в себя первый подход как одно из направлений комбинирования, он указывает на наличие и обратной связи: «спорт обслуживает туризм». Спортивная активность составляет дополнительный элемент, который умножает потребительские выгоды от поездки, сочетаясь с удовлетворением иных целей туристского путешествия. Это значит, что спортивные события и

спортивная инфраструктура дестинации могут стать существенными факторами потребительского выбора при принятии решения о поездке с другими целями (от культурно-познавательных и рекреационных до деловых).

Третий подход (концептуальный) базируется на представлении спорта, а также туризма как систем, включающих различные виды деятельности. Характерной чертой в этом случае является взаимодействие с другими участниками данной деятельности, опосредованное совместным пребыванием в одной, «не обычной» по отношению к месту постоянного пребывания туристов, дестинации. На этой основе предлагается концептуализация спортивного туризма как социального, экономического и культурного феномена, имеющего синергетическую природу, которая уже отмечалась рядом исследователей. Синергия образуется в результате уникального взаимодействия деятельности, места и людей.

Такой подход позволяет расширить представление спортивного туризма как «нишевого» туристского рынка (специальных интересов) или сектора спортивного менеджмента и обладает, по мнению автора, большим потенциалом использования спортивного туризма одновременно как *технологии* развития спорта, туризма и дестинации.

Исходя из проведенного анализа, автором разработана система определенных спортивного туризма.

В концептуальном смысле спортивный туризм может быть определен как социальный, экономический и культурный феномен, опосредованный системой отношений, обеспечивающей уникальное взаимодействие деятельности, места и людей: между видами спортивной деятельности, реализующих состязательные и игровые, развлекательные и познавательные, оздоровительные и реабилитационные, а также социально-коммуникационные и иные потребности туриста, и предоставляющими их туристскими и спортивными предприятиями и дестинациями.

Как потребительская деятельность спортивный туризм может быть определен как перемещение индивидов за пределы их постоянного места проживания, полностью или частично мотивированное интересом удовлетворения специфических спортивных потребностей туристов, связанных с поддержанием и развитием физических кондиций и спортивного мастерства; профессиональных навыков; развлечением; организацией досуга и общения на основе использования спортивных ресурсов в форме туристских продуктов.

3. Проанализированные автором современные подходы к систематизации многокомпонентной структуры спортивного туризма,

отражают наиболее распространенные в литературе и бизнес-практике взгляды на определение сферы деятельности спортивного туризма: в частности, они отражают сдвиг (в сторону расширения), во-первых, трактовки спорта за пределы формально организованной соревновательной физической активности за счет включения практик, которые «смещают» спортивную (в узком смысле), физическую и рекреационную активность, которая может быть определена как рекреационный спорт; во-вторых, мотивационной базы и форм участия в спортивной деятельности в контексте туризма. Наблюдается большая и растущая доля туристов, у которых, во-первых, спортивная мотивация является вторичной в их туристской деятельности; во-вторых, первичная спортивная мотивация сочетается и усиливается возможностью удовлетворения иных потребностей туриста (например, культурно-познавательных). В-третьих, величина и спецификация спортивной составляющей в туристской деятельности зависит от позиции, которую занимает спортивная активность в иерархии мотивов туристской деятельности. Это приводит к тому, что в систему спортивного туризма включаются любые путешествия, связанные со спортивной (в указанном широком смысле) активностью. Исходя из приведенной аргументации, автор считает, что базовым видообразующим признаком спортивного туризма как подсистемы туризма является факт участия в деятельности, связанной со спортом в той или иной форме, имеющей спортивное содержание (вне зависимости от цели поездки). Разнообразие меры и формы участия составляют основу выделения отдельных категорий и разновидностей спортивного туризма. Чрезвычайно важно с точки зрения развития туризма, что эти новые тенденции создают широкие перспективы для диверсификации туристских продуктов и формирования новых рыночных возможностей.

Место спортивной мотивации в иерархии мотивов туриста становится инструментом не столько научного анализа, сколько технологии решения маркетинговых и социально-экономических задач развития туризма в данной дестинации. Этого можно достичь на основе дифференциации спортивной составляющей для разных категорий туристов, обеспечивающей их вовлечение в потребление спортивных услуг дестинации. В этом смысле целесообразно адаптировать к спортивному туризму многоуровневый подход, учитывающий тенденцию усложнения мотивации туристов за счет «смешивания» туристами мотивов посещений. Предлагается выделять следующие уровни спортивного туризма.

1. Профессиональный спортивный туризм, основанный на профессиональной или полупрофессиональной деятельности и контактах в спортивной сфере. В данном случае имеются в виду, прежде всего, спортсмены-участники спортивных событий (чемпионатов) разного ранга и статуса (например, профессиональные и любительские лиги) и тренировочного процесса их «штабы».

2. Специализированный спортивный туризм, имеющий в качестве основной цели поездки активные занятия, часто в определенных видах спорта, включая массовые спортивно-рекреационные мероприятия, или пассивное зрительское участие в определенных спортивных событиях. Этот уровень объединяет, большей частью, туристов, которых интересует спортивное совершенствование и состязательность, в т.ч. с точки зрения зрелищности.

3. Неспециализированный спортивный туризм, характеризующийся участием в спортивной сфере как неотъемлемой, существенной части туристской деятельности, реализующей предварительное намерение, но при этом имеет иную, преимущественно, рекреационно-оздоровительную доминанту в мотивации поездки и использовании спортивных технологий разных видов спорта. Иначе говоря, в эту категорию туристов попадают в основном те, кто ориентирован на использование разнообразных возможностей заняться физической активностью на отдыхе, приверженцев фитнеса и велнесса.

4. Сопутствующий спортивный туризм – представляющий дополнительный, необязательный элемент туристского поведения, т.к. участие в спортивной активности в иерархии мотивации туриста занимает более низкую позицию, а часто является результатом импульсивного решения, принятого уже в период пребывания в дестинации, воспользоваться имеющейся спортивной инфраструктурой и обслуживанием или разделить участие в спортивных занятиях за компанию, для поддержания новых знакомств и т.д.

Такой многоуровневый подход к определению спортивного туризма обуславливает дифференцированный принцип формирования спортивной компоненты и составляющих ее спортивных услуг для разных категорий туристов, учитывающий иерархию их спортивной мотивации при туристских поездках, и на этой основе обеспечивающий наиболее полное их вовлечение в потребление туристских ресурсов дестинации.

В нашей работе приводится и более подробная декомпозиция спортивного туризма с использованием значительного числа частных отличительных признаков: вид спортивной активности туристов; способ их участия в ней; организационная форма и ряд других,

представляющих практическую ценность для разработки туристских продуктов, более полно учитывающих специфические требования разных категорий спортивных туристов.

4. Являясь частью туризма, спортивный туризм в полной мере испытывает воздействие всех факторов, которые влияют сегодня на развитие туризма в целом. Однако сам факт опережающего роста спортивного туризма свидетельствует о том, что среди этих факторов действуют такие, которые попадают в «резонанс» с особенностями именно спортивного туризма. Таким образом, спортивный туризм можно рассматривать как катализатор реализации современных тенденций в туризме. «Резонансный» эффект спортивного туризма в ответ на действие изменений в социально-экономической, технологической, культурной, потребительской сферах развития современного общества обуславливает рост популярности спортивного туризма, и на этой основе рост конкурентных позиций дестинаций, включающих в пакет своего туристского предложения продукты для спортивного туризма. Проведенный анализ позволил конкретизировать области, в которых спортивный туризм приобретает приоритетные позиции в реализации современных социально-экономических и социально-культурных изменений. В частности:

- обладает высоким потенциалом организовывать свободное время в наиболее привлекательной для современного туриста форме, в высокой степени обладающей развлекательной и интерактивной, т.е. основанной на опыте личного участия, ценностью, сопровождающейся высокой плотностью живого человеческого общения и, как следствие, мощным потенциалом формирования ярких, надолго запоминающихся впечатлений. В способности конструирования уникального и запоминающегося «события» в жизни туриста спортивный туризм конкурирует только с культурным туризмом; с точки зрения же событийной составляющей туризма, спорт в настоящее время имеет неоспоримое первенство;
- в высокой степени характеризуется возможностями объединения людей, увлеченных отдельными видами спортивной деятельности как активной, так и пассивной (объединения фанатов и болельщиков), обладающих жизнестиеобразующим потенциалом. Потребление товаров и услуг, символизирующих увлечение тем или иным видом спортивной активности, позволяет потребителю самовыражаться и общаться, сигнализируя окружающим, кто он есть такой и каким хочет быть. Широкое распространение экстремального спортивного туризма является, в значительной степени, отражением широких возможностей

экстремального спорта дистанцировать его участников от массовых практик потребления, в т.ч. туристского;

- одним из заметных сдвигов в системе ценностей населения становится забота о поддержании здоровья и обеспечения продолжительной активной жизни, оставаясь здоровыми, бодрыми и красивыми. Ориентация на здоровье целостно воздействует на стиль жизни современного человека и способствует тому, что мотивы спортивной активности выходят на высокие позиции в иерархии туристской деятельности.

5. Предпосылки развития спортивного туризма в России анализировались в диссертационном исследовании в контексте решения актуальных задач развития въездного и внутреннего туризма, обусловленных стратегической ориентацией на использование туризма в качестве эффективной антикризисной меры, с одной стороны, и их социальной направленностью, с другой стороны.

С точки зрения развития въездного туризма важными предпосылками приоритетного развития спортивного туризма обобщенно можно назвать:

- растущее значение привлекательности данного вида туризма, выражающегося в заметном сдвиге интереса к спортивному туризму во всем многообразии его видов и форм и в его устойчивых высоких темпах роста в туристских потоках за рубежом,
- использование имиджевого и пропагандистского потенциала спортивных мега-событий, которые Россия будет проводить в ближайшее десятилетие,
- уникальность разнообразия туристско-рекреационных ресурсов страны, причем в нетронутых ландшафтах и экологически чистых районах; пригодных для занятия популярными экстремальными видами спорта; сокращение ареалов для занятия отдельными (прежде всего, зимними) видами спорта в связи с изменением климатических условий в традиционных дестинациях,
- планируемые и реализуемые крупномасштабные проекты по созданию высококлассной спортивной инфраструктуры в стране.

Исследование предпосылок развития спортивного внутреннего туризма в нашей стране требует учета важных социально-экономических особенностей нынешнего этапа ее развития, обуславливающие относительно низкий потенциал туристской мобильности российского населения. При том, что значительное повышение уровня жизни представляется в короткой перспективе мало обоснованной, необходимо уже в настоящее время повышать качество жизни за счет разнообразных досуговых практик, способствующих

отвлечению от антисоциальных форм проведения свободного времени, формирующих стереотипы и навыки здорового образа жизни населения, укрепляющих семейные отношения, ведущие к модернизации потребления в целом. В связи с этим формируются предпосылки приоритетного развития спортивного внутреннего туризма, к основным из которых мы относим:

- спортивный туризм является по своей природе оздоровительным,
- демократичность (общедоступность) значительной части спортивного туризма, прежде всего, связанного с активными маршрутными походными формами, имеющими давнюю традицию в России,
- ресурсы для спортивного (активного) туризма, особенно в его рекреационной форме, имеются повсеместно,
- развитие спортивного (активного) туризма соответствует платежеспособным потребностям большинства российского населения, ординарному уровню развития (инфраструктуры, маркетинга, логистики и т.п.) разнообразных и богатых туристских ресурсов большинства российских территорий,
- высокая степень совместимости спортивного туризма во всем его разнообразии с другими популярными среди российского населения видами туристской деятельности, прежде всего, культурно-познавательным, природоориентированным, сельским, и рекреационным на основе совместного использования имеющихся в дестинации ресурсов,
- многокомпонентность турпродукта и маршрутность спортивного туризма (водного, пешего, мототуризма и т.д.) позволяет вовлекать в турпродукты многочисленные и разнообразные культурно-исторические и природные ресурсы, которые сегодня находятся за пределами туристского внимания, в т.ч. внутреннего туризма, влекущего за собой второй ряд социально-экономических последствий, связанных с социально-экономическим развитием старых и новых туристских дестинаций,
- возможности переориентации части высокодоходного населения страны, традиционно использующей выездной туризм, в связи с причинами, названными выше в контексте факторов развития въездного туризма.

6. В работе проведено исследование, направленное на систематизацию туристских ресурсов дестинации и потенциальных характеристик отдельных спортивно-туристских достопримечательностей и продуктов, ориентированных на разные группы туристов. Практическая значимость этого направления работы

обусловлена тем, что в связи с неоднозначными трактовками спортивного туризма образовалась существенная неопределенность в представлении ресурсной базы спортивного туризма. Это, в частности, сужает возможности аудита существующих ресурсов, а также поиска направлений их целенаправленного формирования и использования. С другой стороны, ограничение анализа туристских ресурсов названными двумя составляющими: спортивно-туристских достопримечательностей и продуктов – подробно обосновано в работе. В частности, это аргументировано тем, что туристские ресурсы должны определяться с позиции туриста (в этом смысле автор разделяет понятия туристские ресурсы и ресурсы для развития туризма), отсюда в их состав входят те компоненты дестинации, которые формируют attractive и обеспечивающие составляющие туристской поездки, но именно достопримечательности и сформированные на их основе туристские продукты имеют отношение к формированию базовых черт attractiveness отдельных видов туристской деятельности, в частности спортивно ориентированной, а не туризма в целом.

В работе реализован наиболее плодотворный, по мнению автора, подход к систематизации спортивных туристских ресурсов на основе использования предложенного многоуровневого подхода к определению спортивного туризма. Такой подход позволил, во-первых, комплексно проанализировать перспективную с точки зрения современного развития спортивного туризма ресурсную базу дестинации; во-вторых, определить перспективные целевые сегменты в случае выявления тех или иных ресурсов в наличии, в т.ч. для совместного использования в рамках иных видов туризма; в-третьих, выявить перспективные направления формирования туристских ресурсов для спортивного туризма, ориентируясь на специальные требования целевых сегментов как потенциальных, так и текущих.

На основе проведенного анализа спортивных туристских ресурсов в разрезе уровней спортивного туризма, автором разработана система рекомендаций, ориентированных на формирование партнерских отношений по совместному использованию туристских ресурсов дестинации с производителями и поставщиками туристских продуктов иных видов туризма. В работе проведена систематизация потенциальных характеристик туристского предложения, ориентированного на учет специфических признаков туристов, принадлежащих разным уровням спортивного туризма. Такая систематизация позволит, с одной стороны, обеспечивать более полное соответствие туристских продуктов для спортивного туризма требованиям различных групп потребителей, с другой стороны,

диверсифицировать туристское предложение и выходить на новые рынки спортивных туристов.

7. Совместный анализ концепции жизненного цикла дестинации и основных стратегических подходов по выводу дестинаций из кризиса позволил автору обосновать стратегическое направление развития дестинаций, находящихся на разных этапах «зрелости». Повышение комплексности предложения является закономерной траекторией развития всех типов дестинаций, различие ее проявления на разных этапах этого движения состоит лишь в масштабах используемых для этого ресурсов, проецирующихся на туристские пакеты услуг для конкретных групп туристов.

Автор дает собственную трактовку комплексности туристского предложения дестинации. Комплексность последнего имеет своим условием его диверсификацию, увеличение разнообразия предоставляемых туристских продуктов, однако не тождественно этому процессу. Комплексное туристское предложение отражает не количественную характеристику совокупности туристских продуктов, с которыми дестинация выходит на туристский рынок, а качественную, основанную на степени использования потенциала взаимодополнения туристских продуктов – от полного пакета туристского обслуживания, в которых обеспечивается одноуровневый стандарт основных и сервисных услуг, до «смешанных» турпродуктов, наиболее конкурентоспособных и пользующихся повышенным спросом у туристов, базирующихся на совместном использовании разнообразных туристских ресурсов и продуктов дестинации, что коррелирует с многоуровневым подходом к спортивному туризму и иным видам туризма.

Требование обеспечения комплексности туристского продукта дестинации имеет серьезные последствия для разработки дестинациями своей продуктовой и ассортиментной политики. Особенно ярко это проявляется при реализации стратегии дифференциации предложения. Основная составляющая рассматриваемой задачи – это поиск направлений дифференциации турпродукта дестинации в соответствии с более полным учетом требований избранных целевых сегментов, определяющего туристский профиль дестинации. Решение этой части задачи, конечно, базируется на оценке системы внешних и внутренних факторов, прежде всего, реальных и потенциальных потоков туристов, местоположения и характеристики туристских ресурсов дестинации, организационных и финансовых ресурсов. Но, кроме того, оно должно опираться, по нашему мнению, на два кардинально важных для

успешного решения задачи принципа: принцип синергетизма и принцип стратегической гибкости.

В работе подробно рассматриваются особенности применения данных принципов и обосновывается вывод о том, что действие выделенных двух принципов разнонаправлено, однако их совместное использование обеспечит требование сбалансированности рисковых и устойчивых по отношению к спросу видов турпродукта при возможности получения синергетического эффекта от их взаимодополняемости. Следование названным принципам соответствует экономическим интересам производителей туристских услуг, с одной стороны, а с другой – соответствует и, более того, способствует усилению комплексности туристских продуктов. Вместе эти факторы обуславливают необходимость и актуальность широкого использования комплексного подхода и формирования соответствующих систем управления процессом создания и продвижения туристских продуктов.

8. Комплексный подход к созданию и продвижению туристских продуктов на уровне хозяйствующих субъектов туристского комплекса реализуется через прямое взаимодействие, налаживаемое на рыночных условиях. В диссертации обоснованы и предложены методические подходы к реализации стратегии комплексного формирования туристских продуктов с участием предприятий и организаций спортивно-туристского комплекса дестинации. Методические подходы обосновываются на системе факторов и обусловленных ими целей, стратегических и тактических действиях участников рынка туристских услуг в создании спортивных туристских продуктов.

Автор выделяет два способа в формировании комплексного турпродукта – активный и пассивный. В случае реализации активного способа предприятия спортивно-туристского комплекса (в их числе предприятия, оказывающие спортивные услуги во всем многообразии их видов, а также «собирающие» их в туристские продукты в лице специализированных туроператоров) нацелены на создание целостных, законченных, готовых к потреблению конечным потребителем комплексных турпродуктов с ориентацией на туристов, прибывающих с целью удовлетворения их спортивной мотивации (в т.ч. вторичной, представляющей собой катализатор выбора дестинации). В случае реализации пассивного способа – предоставляют важные элементы иным участникам туристского рынка дестинации для формирования комплексного (пакетного) турпродукта, в которых спортивная активность является сопутствующим компонентом туристской деятельности и составляет элемент сервисного обслуживания.

В свою очередь, тактики, реализующие активный способ участия спортивно-туристского комплекса имеют разную ориентацию с точки зрения формирования комплексных турпродуктов (обобщенно состав и взаимосвязь стратегий и тактик формирования комплексного продукта представлены на рисунке). Активные и пассивные тактики по формированию турпродуктов подробно рассмотрены в диссертации; разработана матрица достоинств и недостатков активных и пассивных тактик.

Реализация активной тактики, как внутриориентированной, так и внешнеориентированной, предполагает разработку целевых проектов, объединяющих в организационно-экономическом и организационно-правовом аспектах отношения участников, оказывающих услуги, составляющие данный комплексный турпродукт. В результате, формируется межотраслевой комплекс предприятий, адекватный комплексному характеру самого турпродукта, своего рода «продуктовый клуб».



Рисунок 1. Тактики реализации стратегии повышения комплексности турпродукта

Надо отметить, что повышение комплексности турпродукта во всех ее формах и, особенно, в случае ориентации на целенаправленное формирование смешанных продуктов, позволяет реализовать принципы синергетизма и стратегической гибкости. Разработанные автором предложения по обеспечению комплексности туристского предложения дестинации будут способствовать не только увеличению, но и более равномерному распределению туристских потоков и снижению весьма ощутимого негативного влияния фактора сезонности.

3. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Богинский К.А. Развитие подходов к определению спортивного туризма // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. - № 6. - 2010. - 0,5 п.л.

2. Богинский К.А. Спорт и туризм: комбинация или синергия? // Актуальные проблемы регионального социально-экономического развития: Материалы межрегиональной научной конференции. - СПб.: Изд-во СПбГУЭС, 2010. - 0,4 п.л.

3. Богинский К.А. Поколение как детерминанта особенностей современного туриста // Актуальные проблемы развития сферы услуг: Выпуск IX. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - 0,3 п.л.

4. Богинский К.А., Карпова Г.А. Исследование качественных характеристик современного туризма // Актуальные проблемы развития сферы услуг: Выпуск IX. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - 0,6 п.л. (авт. - 0,3 п.л.).

5. Богинский К.А. Спортивный туризм в формировании комплексного турпродукта дестинации: Препринт. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. - 1,0 п.л.

Из фондов Российской национальной библиотеки

БОГИНСКИЙ КОНСТАНТИН АРТУРОВИЧ
АВТОРЕФЕРАТ

Лицензия ЛР № 020412 от 12.02.97

Подписано в печать 14.01.11. Формат 60x84 1/16. Бум. офсетная.
Печ. л. 1,3. Бум. л. 0,65. РГП изд-ва СПбГУЭФ. Тираж 70 экз. Заказ 15.

Издательство Санкт-Петербургского государственного университета
экономики и финансов
191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

549

2011A

5494

Из фондов Российской национальной библиотеки