

## СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

*Работа представлена кафедрой прогнозирования и планирования экономических и социальных систем Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.  
Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор С. М. Климов*

**В статье представлены результаты экспериментально-практического исследования индустрии туризма России и Северо-Западного региона (на примере Санкт-Петербурга). Выявлены тенденции развития и специфические черты туристического продукта, присущие Санкт-Петербургу.**

**The results of the experimental research of tourist industry in Russia and the Northwest region (by the example of St. Petersburg) are presented in the article. The author reveals tendencies of development and specific features of a tourist product peculiar to St. Petersburg.**

Экономику на современной стадии развития часто определяют как «экономику услуг». Данное определение в первую очередь связано с серьезными изменениями в отраслевой структуре хозяйства, опережающим темпом роста производства услуг в сравнении с материальным производством, увеличением абсолютной доли работников, занятых в сфере услуг, концентрацией в отраслях услуг наиболее квалифицированных и образованных специалистов.

В Российской Федерации туризм на государственном уровне признан приоритетной сферой национальной экономики. Об-

ладая богатыми культурно-историческими и природными ресурсами, страна стоит перед проблемой создания современной индустрии туризма, способной привлечь иностранных и отечественных туристов (табл. 1). Также необходимо отметить, что всего лишь 10% всей площади России благоприятны для привлечения туристов. Большая часть этой площади находится в Северо-Западном регионе с центром в Санкт-Петербурге. При этом в настоящее время Санкт-Петербург занимает 8-е место в мире по потенциальным возможностям развития культурного туризма.

Таблица 1

**Распределение туристского потенциала России по экономическим районам<sup>1</sup>**

Экономические районы	Емкость рекреационно-познавательных ресурсов		Емкость природно-рекреационных ресурсов		Вместимость существующей материальной базы туризма	
	Млн чел./дн. в год	%	Млн чел./дн. в год	%	Тыс мест	%
Северный	8,1	3,1	27,3	8,0	49,6	4,0
Северо-Западный	42,1	15,9	15,6	4,6	92,9	7,8
Балтийский (Калининградская обл)	1,8	0,7	2,6	0,8	14,6	1,2
Центральный	102,0	38,5	38,0	11,3	291,9	24,4
Волго-Вятский	13,6	5,1	13,7	4,0	54,0	4,5
Центрально-Черноземный	13,8	5,2	2,5	0,7	36,6	3,1
Приволжский	14,4	5,4	23,5	7,0	100,9	8,4
Северо-Кавказский	36,5	13,8	55,2	16,4	211,7	17,7
Уральский	10,3	3,9	30,2	9,0	123,4	10,3
Западно-Сибирский	9,7	3,6	24,4	7,2	91,9	7,7
Дальневосточный	4,4	1,7	55,6	16,5	66,2	5,5
Итого:	205,3	100	336,5	100	1198,0	100

С точки зрения материальной базы и обеспеченности средствами размещения, все эти регионы можно разделить на *три* категории.

К *первому уровню* относятся часть Северо-Западного региона, Москва и Московская область, Черноморское и Азовское побережья.

Ко *второму уровню* относятся часть Северо-Западного региона, Балтийское побережье, Золотое кольцо, Поволжье и Северный Кавказ.

К *третьему уровню* относятся Север, Горный Алтай, Байкал, Якутия, Приморье.

Данное районирование и прогнозирование емкости туристских ресурсов России было положено в основу разработки целевой федеральной программы: «Развитие туризма в Российской Федерации»<sup>2</sup>.

По международному исследованию проведенному среди туристов можно составить диаграмму, где они предпочитают отдыхать и проводить свободное время (рис. 1).

% к общему числу путешествий	Страны
51	Европа
42	Азия
23,30	Россия
15	Америка
19	Австрия
8	Африка

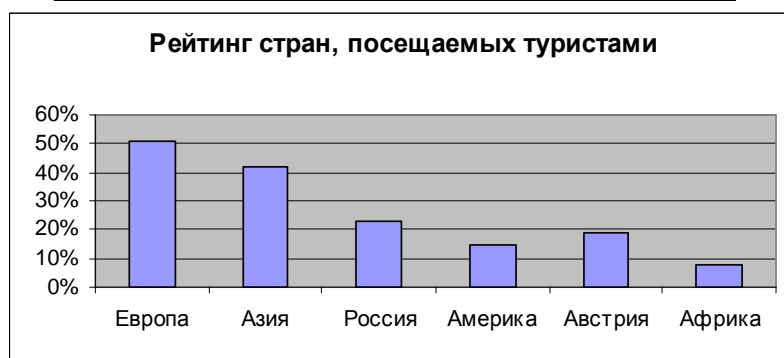


Рис.1. Рейтинг стран, предпочитаемых туристами для посещений

В последние годы происходят изменения в направлении туристических потоков посетителей России. Еще недавно они концентрировались в Москве, Санкт-Петербурге и городах «Золотого кольца». Причем две российские столицы принимали до 80% всех гостей из-за рубежа. Теперь все новые города и, что особенно характерно, пригороды мегаполисов начинают вовлекаться в столь перспективную экономическую сферу деятельности как туризм.

В основном (до 80%) туристов приезжает в Санкт-Петербург впервые познакомиться с его достопримечательностями.

Причем этот приезд в город, как правило, включен в общую 6–10 дневную поездку по России (с посещением Новгорода, Москвы, «Золотого кольца» и др.) или крупную поездку по северу Европы (вместе со Швейцарией, Финляндией и др.). Время пребывания в Санкт-Петербурге составляет от 36 часов (без оформления визы) до 2–3 дней<sup>3</sup>. В среднем по статистическим данным иногородние туристы находились в Санкт-Петербурге 5 дней, иностранные – 3,5 дня.

Санкт-Петербург обладает значительным потенциалом для формирования туристского продукта и его продвижения на

внутреннем и внешнем рынках. Туристический продукт Санкт-Петербурга превращает туризм в базовую отрасль городской экономики по ряду следующих причин:

1) привлекает значительные валютные ресурсы из-за рубежа;

2) пополняется дополнительными доходами;

3) происходят прогрессивные структурные преобразования инфраструктуры;

4) повышается уровень жизни населения;

5) способствует более рациональному природопользованию;

6) ведет к развитию здоровой конкуренции в области туризма России и сопутствующих ему областей;

7) разработка и улучшение законодательной базы в области туризма на региональном уровне;

8) разработка системы местных и региональных проектов с выделением приоритетных направлений туристской деятельности;

9) интеграция региона в систему российской и мировой экономики;

10) развитие международного сотрудничества в области туризма;

11) реализация принятой ООН концепции устойчивого развития туризма как экологически-безопасной формы отдыха;

12) содействие и внедрение на российский туристский рынок современных прогрессивных технологий;

13) улучшение системы информационного и рекламного обеспечения;

14) создание подготовки и переподготовки кадров.

Развитие целого ряда данных экономических, организационных и социальных факторов в Санкт-Петербурге способствует подъему сферы туризма в России, увеличению ее вклада в национальную экономику, повышению ее рейтинга в мировых экономических показателях.

Принятая в октябре 2005 г. Программа развития Санкт-Петербурга как туристического

центра официально признала туризм стратегическим сектором экономики города. В Программу включен комплекс мероприятий, направленных на то, чтобы к 2010 г. войти в пятерку крупнейших туристских центров Европы с ежегодным посещением не менее 5 млн туристов. В 2006 г. количество иностранных туристов впервые за три последних года увеличилось на 10% и составило 2,18 млн человек (в 2005 г. – 1,89 млн человек). Этот показатель не учитывает иностранных гостей, прибывших в Санкт-Петербург из Москвы и других городов России, т. е., примерно 30% всех иностранных туристов. Количество же российских туристов, по экспертным оценкам, составляет около 2 млн человек. Таким образом, общее число туристов, посетивших Санкт-Петербург в 2006 г., составило более 4,5 млн человек<sup>4</sup>.

Но даже при этих объемах туризма наблюдается парадоксальная ситуация – туристы, прибывшие в Санкт-Петербург, не могут потратить часть своих денег, которую они планировали израсходовать за время своего пребывания здесь. Данной категории туристов не смогли предоставить качественные услуги, развлечения, товары и др. возможности. Суммы общих расходов на визит варьировались от 300 до 48600 руб., средняя сумма составила 24450 руб., наиболее часто упоминающаяся сумма – 15000 руб. В российском потоке, средняя общая сумма расходов составила 13100 руб. В иностранном потоке, средние расходы равны 38900 руб.

Основные расходы посетителей пришлись на приобретение товаров (в среднем 19%) и питание (18%). Транспорт и проживание, которые могли бы занимать основное место в расходах, в среднем в структуре расходов занимают лишь 13% и 12% соответственно. На достопримечательности и развлечения туристы в среднем тратили около 9% (табл. 2).

Основные расходы российских посетителей приходится на приобретение то-

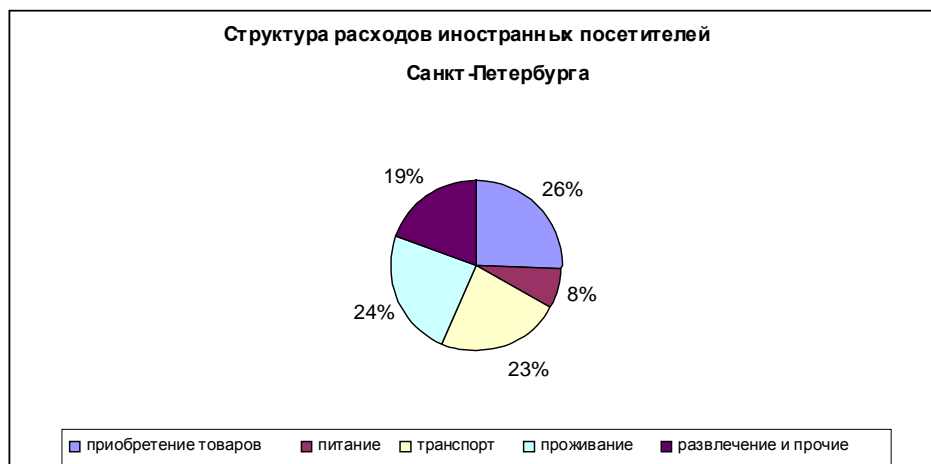
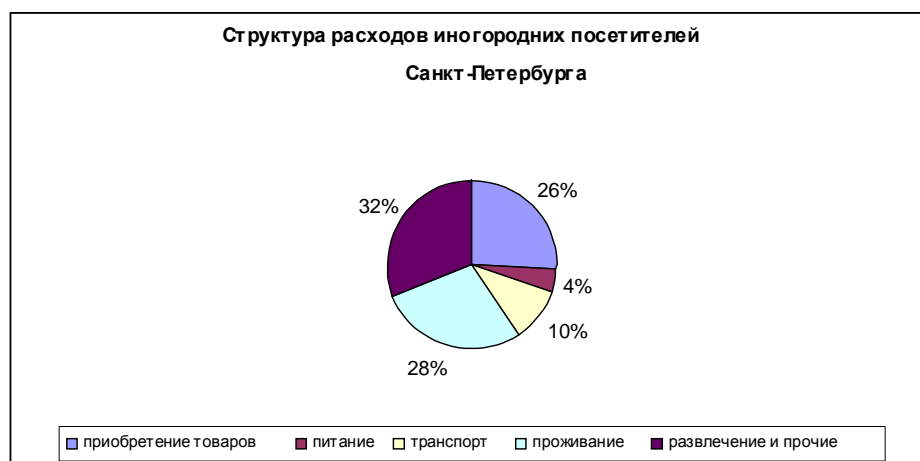
варов (23%) и проживание (22%). В структуре расходов иностранных посетителей лидируют международный транспорт (16%) и питание (15%) (диаграмма).

Таблица 2

Средние расходы на наиболее востребованные туристские услуги<sup>5</sup>

Услуга	Средняя сумма по турпотоку	Иногородные посетители	Иностранные посетители
Проживание в гостинице, мотеле (в день)	2530	1100	3130
Междугородный/международный автобус	1321	410	2750
Проезд в метро (в день)	160	190	80
Питание в ресторанах, кафе (в день)	730	170	980
Посещение музеев, выставок	1270	520	2220
Приобретение лекарств	490	610	200
Приобретение сувениров	2230	1070	3300

Диаграмма



Таким образом, складывается определенная репутация в мире о том, что в регионе не на что потратить деньги и их просто перестают привозить. Такой ситуации способствует целый ряд причин:

- 1) резкое и непредсказуемое увеличение цен на услуги (выше среднемировых при невысоком качестве);
- 2) постоянно повышающиеся налоги, отсутствие необходимых законодательных и правовых норм.

На основе проведенного анализа перспектив развития туристического продукта в Санкт-Петербурге можно сделать следующие выводы:

1) имеются необходимые элементы инфраструктуры туризма.

2) в тоже время современная инфраструктура города не способна обеспечить прием и должное обслуживание всех желающих посетить город.

3) наиболее острая проблема на пути развития туризма заключается в том, что город привлекает недостаточно туристов.

Однако, несмотря на все проблемы туризма Санкт-Петербурга, на фоне других городов России он обладает несравненными преимуществами: удачное расположение; богатая история; культурное достояние.

Можно сделать вывод о том, что четкая разработка программы развития туризма в Санкт-Петербурге позволяет достичь ряда преимуществ, а именно:

1) использовать опыт по проведению празднования 300-летия Санкт-Петербурга для развития туризма и культуры;

2) усиление Санкт-Петербурга как центра европейской культуры;

3) содействие в получении грантов, благотворительных взносов на улучшение культурного климата и развитие культурного туризма в городе.

Однако дальнейшее развитие туризма возможно только с учетом всех существующих требований к состоянию инфраструктуры территории, с учетом стратегии устойчивого развития туризма, с увеличением времени пребывания туристов, с выделением туристической поездки в Санкт-Петербург как отдельного тура, не связанного с другими странами или регионами, с предоставлением качественных услуг и туристских развлечений.

Также при планировании туризма в Санкт-Петербурге важно учитывать специфические особенности данного субъекта федерации. Территориальная структура Санкт-Петербурга как субъекта РФ состоит из районов. В то же время его пригороды являются самостоятельными городами под влиянием мегаполиса. Данное обстоятельство является одной из ярких отличительных черт туристского продукта Санкт-Петербурга.

### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Материалы выступлений 2-й Международной научно-практической конференции «Въездной и внутренний туризм. Проблемы и пути решения». СПб.: ГУ «Санкт-Петербургский Центр Международного Сотрудничества». Ст. 5.

<sup>2</sup> Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг. М.: Финансы и статистика, 2006. Ст. 53.

<sup>3</sup> Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности - Нолидж, Новое издание, 2001. Ст. 82.

<sup>4</sup> [www.gov.spb.ru](http://www.gov.spb.ru)

<sup>5</sup> [www.goscomstat.ru](http://www.goscomstat.ru)