

УДК 316.444.2

UDC 316.444.2

**ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМНЫЕ ЗОНЫ
ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ
АНАЛИЗА ЭМПИРИЧЕСКИХ ДАННЫХ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
МОЛОДЕЖНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ГРУПП
КУБАНИ)**

**FEATURES AND PROBLEM AREAS OF
OUTBOUND TOURISM (ON THE EXAMPLE OF
EMPIRICAL DATA SOCIAL RESEARCH OF
YOUTH STUDENT'S GROUP OF KUBAN)**

Иванова Ирина Сергеевна
аспирант

Ivanova Irina Sergeevna
postgraduate student

Передерий Вероника Анатольевна
к.с.н., доцент
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Perederii Veronika Anatolievna
Cand.Soc.Sci., associate professor
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

В статье представлены результаты эмпирического исследования в сфере выездного туризма кубанской студенческой молодежи. Социологические данные отражают состояние туристической индустрии, позволяют произвести оценку туристического молодежного потенциала и перспектив развития туристического бизнеса в Краснодарском крае

The article presents the results of empirical researches in the field of outbound tourism of Kuban students. The sociological data describes the picture of the tourism industry and analyze the tourism potential of young people, any perspectives of the development of the tourist business in the Krasnodar region

Ключевые слова: ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ,
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ,
СТУДЕНЧЕСКАЯ МОЛОДЕЖЬ, СОЦИОЛОГИЯ
ТУРИЗМА

Keywords: OUTBOUND TOURISM,
SOCIOLOGICAL RESEARCH, STUDENTS
YOUTH, SOCIOLOGY OF TOURISM

Повышение уровня доходов населения, улучшение социально-экономических условий проживания, информационная доступность, коммуникационные технологии, рекламные кампании и конкурентная борьба между туристическими агентствами, операторами, широкий выбор направлений для туризма, привлекательность внешнего мира, проявление интереса к культуре и традициям иностранных государств, положительные отзывы об увлекательном отдыхе ближайшего окружения - всё это влияет на рост выездного туристического рынка и значительно расширяет возможности для различных слоев населения Российской Федерации совершать поездки за границу. Отметим, что количество российских туристов, выезжающих за рубеж, растет с каждым годом в прямой

геометрической прогрессии. Сводные данные Ростуризма, Погранслужбы, ФМС, Росстата и Ассоциации туроператоров России (АТОР) по итогам 2013 года указывают на значительный рост выездного туризма в РФ в количественном (на 24,0 %) и в денежном (на 18,0 %) выражении. Число российских граждан, получивших загранпаспорт за последние пять лет, выросло на 30-40% [1].

Не составляют исключения и кубанские жители, которые также стали лучше разбираться в специфике туристического бизнеса, планировать отдых и путешествия за границей. Так, согласно данным Федерального статистического наблюдения за 2013 год на территории Краснодарского края функционируют четыреста туристских фирм, занимающихся туроператорской и турагентской деятельностью, которые за прошлый год отправили в зарубежные туры 197,6 тысяч кубанских туристов (139,0 % к 2012 году). Общая стоимость турпакетов, реализованных населению Краснодарского края, по зарубежному направлению составила 5 млрд. рублей (74,7%), причем основными странами выездного туризма для кубанцев стали Турция, Египет, Кипр, ОАЭ, Израиль, со средней стоимостью одного турпакета в 51,1 тыс. рублей [2].

Применимо к действующему законодательству в Российской Федерации в области туристской индустрии понятие «*выездной туризм*» означает «путешествия лиц, проживающих в одном государстве, в другое государство» [3]. Соответственно, данный термин применительно к Краснодарскому региону рассматривается как «путешествия лиц, постоянно проживающих в Краснодарском крае, за пределы Краснодарского края» [4]. Термин входит в состав «*международного туризма*» и подразделяется на социальный и самодеятельный туризм, т.е. осуществляемый полностью или частично за счет бюджетных средств (средств государственных внебюджетных фондов, государственной социальной помощи, работодателей) или организуемый туристами

самостоятельно [5].

В рамках статьи ограничимся анализом особенностей выездного молодежного туризма, его основными направлениями, выявленные среди студенческих групп, совершивших выезд за пределы Краснодарского края с 2012 по 2014 год. Проблема исследования заключается в том, что предоставляемые на Кубани услуги в сфере туризма часто недоступны, дорогостоящи для данной социально-демографической группы и влекут за собой весьма высокие материальные затраты. Объект исследования - студенческая категория жителей Краснодарского края, выезжавшая за пределы Кубани за последние три года, предмет исследования - предпочтения выбора, оценка туристических услуг кубанских туристических компаний студентами Южного региона.

Цель социологического исследования «Выездной туризм кубанской молодежи» - выяснение состояния, общей картины рынка туризма на Кубани для оценки туристического потенциала, перспектив развития молодежного туристического бизнеса в Краснодарском крае. Данная цель была достигнута посредством решения задач, позволивших выявить:

- проблемные зоны в области туристических услуг, предоставляемых молодым людям со стороны туристической индустрии Кубани;
- основные причины предпочтения зарубежного туризма российскому кубанскими студентами;
- оценка качества коммуникационно-информационных технологий туристического бизнеса в Краснодарском крае;
- пути и способы повышения показателей внутреннего туризма.

Социологическое исследование проводилось сотрудниками Центра социальных исследований КубГАУ с сентября 2013 по июнь 2014 года по пропорциональной выборке (800 человек), рассчитанной с помощью возрастных (от 16 до 27 лет), гендерных (юноши и девушки), образовательных (студенты колледжа и вуза), социально-экономических

(имеющие и не имеющие трудовую занятость), территориальных (жители городской и сельской местности) социально-демографических показателей молодежи Краснодарского края. В качестве основного социологического метода использовалось анкетирование, опросный лист сформулирован из вопросов, имеющих закрытую, открытую и комбинированную форму. Инструментарий отражал оценочный, аналитический и ранжировочный характер. Теоретическая погрешность составила 3%, при обработке данных использовалась компьютерная программа SPSS.

Анализ результатов проведенного социологического исследования свидетельствует о недостаточном уровне доступности пользования студенчеством туристическими услугами кубанских агентств. Такой вывод следует из того, что из 78,5% опрошенных молодых людей 62,0% за последние три года выезжали за пределы своего края самостоятельно, не прибегая к помощи туристических компаний. Из них более половины (53,8%) организовывали отдых и путешествия самостоятельно (бронирование отеля, услуги авиакомпаний), 23,2% с помощью родителей и 23,0 % совместно с друзьями или коллегами по работе. 82,4% молодых респондентов обращались в туристические компании лишь за страхованием поездки.

Среди респондентов, которые за последние три года совершили путешествия за пределы Краснодарского края, выявлено 59,2% студентов предпочитающих зарубежные туры, 20,3% осуществляющих поездки в рамках внутреннего туризма, 20,5 % молодых людей никуда не выезжали за последнее время. Более детально рассмотреть распределение ответов студентов на вопрос: «Выезжали ли Вы за пределы Краснодарского края за последние три года?» с учетом гендерных и образовательных социально-демографических показателей позволит Таблица 1.

Таблица 1.

Гендерные и образовательные показатели передвижений студенчества

Кубани с 2012 по 2014 гг.

Ответы респондентов	Весь массив	Пол респондентов		Курс обучения				Форма обучения	
		Муж	Жен	Младшие курсы		Старшие курсы		Очная	Заочная
				1	2	3	4		
Да, путешествовал(а) за границей	59,2	33,8	50,2	33,5	45,9	52,0	55,9	57,3	43,0
Да, путешествовал(а) на территории РФ	20,3	33,6	26,4	40,5	33,3	19,5	23,5	20,5	30,3
Нет, никуда не выезжал (а)	20,5	32,6	23,4	26,0	20,8	28,5	20,6	22,2	26,7
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Как видно из результатов данного социологического исследования, наиболее высокие показатели выездного туризма принадлежат женской категории студентов - старшекурсников, обучающихся на очном отделении. Отчетливо прослеживается динамика увеличения числа туристических поездок в зависимости от курса обучения (от младших к старшим), очевидно, что на начальных курсах обучения студенты в большей степени озабочены обучением и вопросами трудоустройства, нежели отдыха и путешествий. Мужская часть студенчества Кубани в равной степени предпочитает зарубежный и российский туризм, но и процентное соотношение не выезжающих за пределы своего региона довольно высоко и составляет 1/3 опрошенных юношей. Мобильность передвижений и распределение ответов кубанских студентов на вопрос: «Выезжали ли Вы за пределы Краснодарского края за последние три года?» на основе

социально-экономической и территориальной дифференциации отслеживает Таблица 2.

Таблица 2.

Мобильность передвижений кубанских студентов в зависимости от занятости и территориальной принадлежности в период с 2012 по 2014 гг.

Ответы респондентов	Весь массив	Занятость студентов		Место проживания	
		Имеют работу и заработок	Не работают	Город	Сельская местность
Да, путешествовал(а) за границей	59,2	46,8	30,2	57,4	23,6
Да, путешествовал(а) на территории РФ	20,3	23,2	36,3	30,5	30,0
Нет, никуда не выезжал (а)	20,5	30,0	33,5	12,1	46,4
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Из данных таблицы можно судить о том, что для большинства опрошенных студентов из сельской местности и не имеющих постоянной трудовой занятости выездной туризм не доступен, тем не менее они отдают предпочтение внутреннему туризму. Кубанские студенты указывают на такие проблемные зоны в области туристической индустрии Краснодарского края как: завышенная ценовая политика на внутренний российский отдых (31,9%), низкий уровень сервиса на территории Российской Федерации (29,4%), бюрократический характер системы функционирования туристических агентств, затрудняющий выезд за границу (19,7%), фальшивость информационных ресурсов туристических кампаний (13,4%): несоответствие реальной информации с размещенной в интернет-ресурсах или рекламных акциях (расхождение цен, условий проживания, требований по оформлению виз), недоверие к туристическим компаниям в надежности гарантированного качественного отдыха (5,6 %).

Если исходить из разновидностей туризма, то предпочтения молодых кубанцев были отданы экскурсионному туризму (27,3%), пляжному (20,0%), шоп-турам (15,0%) образовательному (13,4%), спортивному (12,2%), экологическому (6,4%), свадебному (5,7%). Наиболее популярными для кубанской молодежи на основе общего распределения ответов, отражающих предпочтения студентов относительно зон выездного туризма явились страны Европы (суммарно составив 32,4%): Испания (6,4%), Италия (5,4%), Португалия (4,6%), Франция (4,4%), Греция (3,9%), Финляндия (3,7%), Великобритания (2,3%), Швеция (1,7%), затем следовали Турция (24,8%), Таиланд (15,7%), Египет (12,6%), ОАЭ (8,2%), Тунис (6,3 %).

Как выяснилось в ходе социологического исследования в перечисленных государствах широко представлена область отелей и гостиниц экономического класса, что особо актуально для исследуемой возрастной категории (77,6% опрошенных), а также для любителей комфорта, предпочитающих пятизвездочные номера (22,4% опрошенных). Похожие данные подтверждаются и вологодскими исследователями, которые указывают, что «на территории Российской Федерации реже чем на Западе представлены гостиницы эконом класса и класса «Люкс», управляемые международными операторами, которые в большей степени представлены в российском туристическом бизнесе единичными примерами, имеющими не столько экономический, а скорее имиджевый характер» [6].

Что касается выяснения причин предпочтения зарубежного туризма российскому со стороны кубанского студенчества, то они ранжированы в следующем порядке: разумное приемлемое соотношение цены и качества - 22,6%; возможность вырваться из повседневной рутины и встряхнуться вдали от родных простор - 17,8%; развитая инфраструктура международного туризма - 13,4 %; обслуживание и сервис персонала

(внимание, благожелательное отношение к туристам) - 11,7 %; повышение собственного престижа в глазах друзей и знакомых от посещений заграницы - 9,5%; шоппинг - 7,3%; познание мира, расширение собственного кругозора (посещение экскурсий, достопримечательностей) - 6,2%; возможность получения новых эмоций и ощущений от соприкосновения с другой культурой, традициями - 4,5%; практика закрепления навыков иностранного языка - 4,0 %, надоевший с детства отдых с родителями на Черном и Азовском море - 1,7 %, невозможность приобретения путевок в нужный период времени - 1,3 %.

В ходе исследования был выявлен средне-высокий уровень оценки качества коммуникационно-информационных технологий туристического бизнеса студенчеством Кубани (77,8%: суммирование ответов респондентов 40,9% - «высокий» и 36,9% - «средний»), 22,2% молодых людей отметили позицию с низким уровнем. Итак, большинство опрошенных студентов часто обращаются за помощью к интернет-ресурсам туристических фирм в своем регионе за подбором тура, страны, отеля - 34,8%, 27,9% молодых людей постоянно читают оставленные комментарии в Интернете, 24,3% просматривают фотогалерею, считают лайки и количество просмотров на туристических сайтах, 13,0% следят за рекламой. Отмечено, что одна треть молодых людей постоянно поддерживает связь посредством интернет переписки с иностранными отелями и хостелами, в которых они останавливались ранее и имеют скидки на последующее пребывание в них.

Согласно проведенному исследованию выделим наиболее посещаемые туристические сайты Краснодарского края для освещения информации в области выездного туризма по мнению кубанских респондентов: <http://umtour.ru> (Южный Мост Тур, Краснодар), <http://www.art-max.info> (Арт-Макс, Краснодар), <http://www.zolotoy-oven.ru> (Золотой Овен, Геленджик), <http://www.lkim.ru> (Л-Ким, Краснодар),

<http://www.kvadratsochi.ru> (Квадрат, Сочи), <http://moimirumir.ru> (Миру мир бюро путешествий, Краснодар). Зафиксировано, что большинство туристических компаний Кубани, находящихся в курортных городах, таких как Анапа, Сочи, Геленджик, Туапсе на сайтах размещают информацию, касающуюся лишь внутреннего туризма, организуя отдых в санаторно-курортных и оздоровительных центрах Краснодарского края. Составлен портрет молодого туриста, выезжающего за пределы своего региона (по мнению кубанских студентов): образованный, проживающий в городской местности, имеющий стабильный заработок, разумно планирующий собственный бюджет времени и финансов, экономящий на услугах туристических агентств (обходящийся без посредников), «продвинутый», хорошо ориентирующийся в коммуникационных технологиях, нуждающийся в предложениях интересного насыщенного отдыха и активных развлечений, жаждущий получения позитивных эмоций.

В связи с этим, отметим ряд мер, способствующих повышению показателей внутреннего туризма на территории Краснодарского края: привлечение к туризму на Кубани частных инвесторов, реализация программ, предлагающих приемлемую ценовую политику для молодежи (отмена НДС, снижение цен на авиаперелеты, переезды внутри страны, финансирование и субсидирование поездок для талантливой молодежи); улучшение развития внутренней инфраструктуры в туристической индустрии, предлагающей надежность и безупречность репутации туристических компаний (стабильность функционирования, страхование, развернутая сеть молодежных хостелов, гостиниц экономического класса, сервис питания по европейской системе «шведский стол», широкий выбор направлений для активного отдыха, набор штата квалифицированных сотрудников); привлечение внимания молодых людей к туризму, проживающих в сельской местности, а также в городской местности с общим средним или средне-профессиональным образованием с помощью

рекламной деятельности СМК и сезонного мониторинга; возможность молодому населению Кубани доступного приобретения туристических путевок внутри страны в течение всего года, особенно в период государственных праздников и каникул, включая горячие предложения и скидки для студенчества; использование практики адаптации кубанских жителей к последним переменам в области политических отношений конфронтации России и Украины, привлекая молодежь к освоению российского Крыма; с помощью СМИ и образовательных учреждений популяризировать внутренний туризм, пропагандировать российские туристические маршруты, информировать о достопримечательностях и исторических местах Родины, воспитывая у молодежи патриотизм, любовь и уважение к родной стране.

Список литературы

1. www.expert.ru Эксперт online №5 (884), 27.01.2014.
2. .www.krsdstst.gks.ru Краснодарстат.
3. www.vedomosti.ru Энциклопедический словарь экономики и права.
4. www.pandia.ru Энциклопедия знаний. Закон Краснодарского края от 19 июня 1997 года «О туристской деятельности в Краснодарском крае».
5. www.rg.ru Российская газета. Федеральный закон РФ от 5.02.2007 г. №12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
6. Ускова Т.В. Социально-экономический ресурс туризма [Текст]: монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. С.81.

References

1. www.expert.ru Jekspert online №5 (884), 27.01.2014.
2. .www.krsdstst.gks.ru Krasnodarstat.
3. www.vedomosti.ru Jenciklopedicheskiy slovar' jekonomiki i prava.
4. www.pandia.ru Jenciklopedija znaniy. Zakon Krasnodarskogo kraja ot 19 ijunja 1997 goda «O turistskoj dejatel'nosti v Krasnodarskom krae».
5. www.rg.ru Rossijskaja gazeta. Federal'nyj zakon RF ot 5.02.2007 g. №12-FZ «O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon «Ob osnovah turistskoj dejatel'nosti v Rossijskoj Federacii».
6. Uskova T.V. Social'no-jekonomicheskiy resurs turizma [Tekst]: monografija / T.V. Uskova, L.V. Dubinicheva, V.S. Orlova. – Vologda: ISJeRT RAN, 2011. S.81.