

Особенности формирования предпринимательской среды регионального туристского комплекса

Е.Г. Кондрашов,
Волгоградский государственный технический университет

Организация развития предпринимательства в сфере туризма должна основываться на преимущественном развитии видов и форм туризма, позволяющих максимально и комплексно использовать имеющиеся ресурсы. С этой целью необходим подробный анализ имеющихся ресурсов, оценка потенциала территории и создание благоприятных условий для формирования предпринимательской среды в туркомплексе региона.

Специализация Волгоградской области определяется рекреационными, историческими и мемориальными объектами, объектами культурного наследия, действующими и строящимися средствами размещения, транспортной инфраструктуры и связи. Немаловажную роль в формировании и развитии туристского комплекса играет местное население – его установки, традиции, образ жизни, профессиональный состав, готовность к приему туристов. Жители, в конечном счете, является частью турпродукта как основной субъект предоставления услуг туристу.

Регион располагает природными, историко-культурными, археологическими, техногенными, аномальными и прочими достопримечательностями. Однако посещение привлекательных с точки зрения туристов мест ограничено низким уровнем развития туристской инфраструктуры региона.

Прежде всего, речь идет об отсутствии дорог высокого качества как в областном центре – г. Волгограде, так и о надлежащем транспортном обеспечении в сельских территориях области, что неблагоприятно сказывается на перевозках грузов и пассажиров. Так, на автомобильные перевозки приходится только 4% грузо- и пассажиропотока, на железнодорожные – 42%, при этом в основном это однопутные дороги, на водный транспорт около 2% и воздушным транспортом осуществляется только 0,1% перевозок. Такое положение транспортной системы не может удовлетворить потребности ни бизнеса, ни инвесторов, ни туристов. Поэтому первоочередной задачей руководства области должно стать решение проблемы некачественного состояния дорог.

Подвижной состав большинства транспортных предприятий региона (в первую очередь автобусных) находится в неудовлетворительном техническом состоянии. Большинство

автобусов выполняющих междугородние рейсы представляют собой машины иностранного производства, находящиеся в эксплуатации двадцать и более лет. Все это ведет к снижению уровня безопасности туристов, а как следствие – к сокращению туристских потоков.

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

Другая серьезная проблема – отсутствие в Волгоградской области соответствующих международным требованиям гостиниц туристского класса, то есть категории 2 – 3 звезды. Основные гостиницы города (Волгоград, Интурист, Южная, Октябрьская и Олимпия) хоть и позиционируют себя так отели данного уровня, не соответствуют международным требованиям, предъявляемым к отелям приведенных категорий. Несоответствие касается не только уровня обслуживания, но и цен.

Существуют определенные трудности в развитии системы общественного питания в Волгоградской области. Однако степень развития индустрии общественного питания в регионе находятся на достаточно высоком уровне. Разнообразие кафе, баров, ресторанов, таверн, пунктов быстрого питания возросло с 2000 по 2008 г.г на 8 – 12%, с 2008 – на 4% в год. На территории Волгоградской области на 1 января 2011 г. осуществляет деятельность 1744 предприятия общественного питания на 67,5 тысяч посадочных мест.

Семейное предпринимательство может стать весьма заметным фактором развития туристической отрасли. Зарубежный опыт показывает, что в Европе более 70 % туристов останавливаются в небольших частных гостиницах, гостевых домах, частном жилище граждан, туристских хуторах, туристских деревнях и т. д., владельцами и одновременно обслуживающим персоналом которых являются члены одной семьи. Учитывая набирающую темпы перспективу расширения сети объектов туристского обслуживания, среди которых упомянутые средства размещения, торговые точки, пункты питания, сувенирное производство и другие составляющие туристской индустрии, спрос на которые постоянно растет, следует признать, что поле деятельности для семейного предпринимательства очень широкое. Оно станет не только основным источником средств к существованию сотен семей, но и хорошей практической школой предпринимательства для подрастающего в семье поколения, а также фактором, укрепляющим семью.