



**Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова**

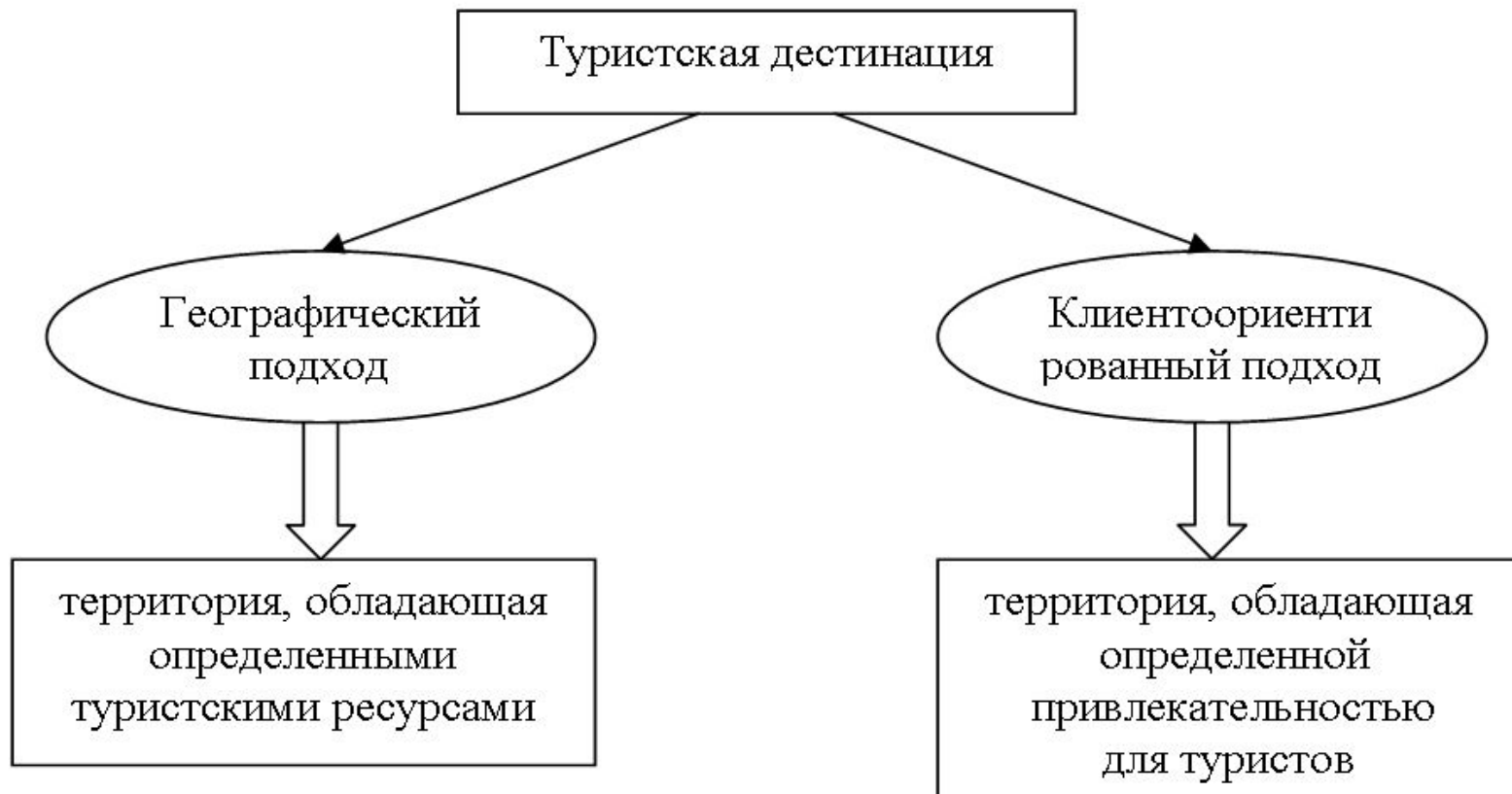
**Привлекательность как фактор
повышения эффективности
туристской дестинации**

**Морозов Михаил Анатольевич
д.э.н., профессор**



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Основные подходы к определению туристской дестинации





Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Дестинация –это географическая территория, *обладающая определенной привлекательностью* для туристов и удовлетворяющая следующим условиям:

- наличие определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов, причем, это должен быть именно тот набор услуг и обязательно такого качества, которые турист ожидает, приобретая предлагаемый ему туристский продукт;
- достопримечательности (природные богатства или созданные человеком, т.е. то, что побуждает туриста совершать путешествие - привлекательность);
- доступность (транспортная, экономическая и др.);
- наличие информационных систем, которые являются необходимым инструментом функционирования дестинации на туристском рынке.



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Туристская привлекательность достаточно сложное интегрированное понятие, которое можно описать целым комплексом взаимосвязанных характеристик.

Туристская привлекательность дестинации — наличие туристско-рекреационных, инфраструктурных, социально-экономических и других характеристик, формирующих туристский интерес к дестинации и побуждающих туриста к совершению путешествия именно в данную дестинацию.



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

**Представим формализованное решение предлагаемой задачи.
Модель будет содержать следующие параметры:**

X_i – привлекательность дестинации по оценке i -го эксперта,
 $i=1,2,\dots,I$, где I – количество экспертов;

Y_j – выбранные показатели, $j = 1, 2, \dots, J$, где J – количество показателей;

Y_{jr} – признаки показателей, $j = 1, 2, \dots, J$ – соответствует номеру показателя,

$r=1,2,\dots,d$ (m) - количество признаков у данного показателя;

Y_{jrq} - уровни оценок признаков, $q = 1, 2, \dots, Q$,
где Q - количество уровней оценок;

R_j, r_p – весовые коэффициенты.



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Модель оценки привлекательности туристской дестинации

$$F(X_i) = \sum_j \sum_p \sum_q Y_{jprq} \leq 1000, \forall i$$

$$X_i \in X$$

Модель позволяет найти $F(X_i)$ – неотрицательное число, которое будет тем больше, чем более привлекательна дестинация



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Весовые коэффициенты показателей R_j

$$\left(\sum_j R_j = 100\% , \sum_j R_j = 1000 \text{ баллов} \right)$$



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Весовые коэффициенты показателей r_p

$$\sum_p r_p = R_j \text{ в баллах и } \sum_p r_p = 100\%$$



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Количество баллов, которое может набрать каждая дестинация по оценке i -го эксперта

$$\mathbf{F(X_i)} = \sum_j \sum_p \sum_q \mathbf{Y_{jprq}} \leq \mathbf{1000}, \forall \mathbf{i},$$

где $F(X_i)$ - количество баллов i – го эксперта



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

**Количество баллов, которое может набрать каждая
дестинация**

$$F(X) = \sum_i F(X_i),$$

где $F(X)$ - общая сумма баллов по дестинации всех экспертов



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

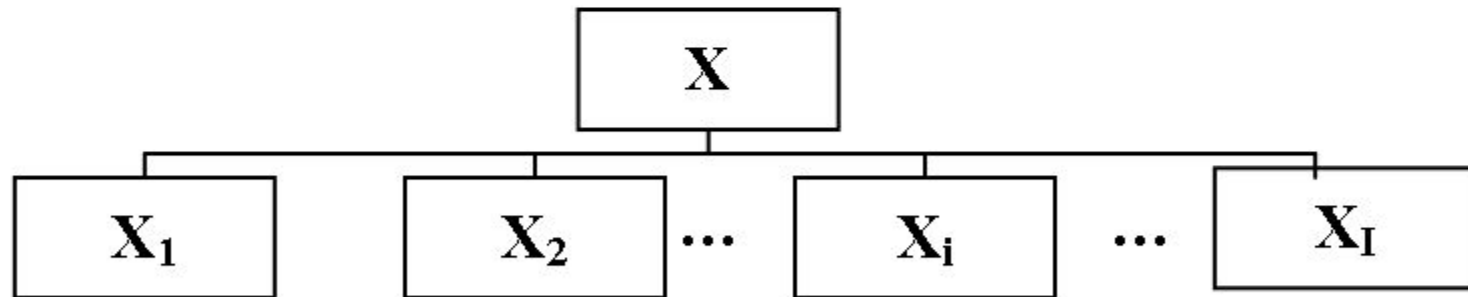
Индекс привлекательности туристской дестинации

$$I_{\text{ПД}} = \frac{F(X)}{I} .$$



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Концепция оценки привлекательности туристской дестинации:

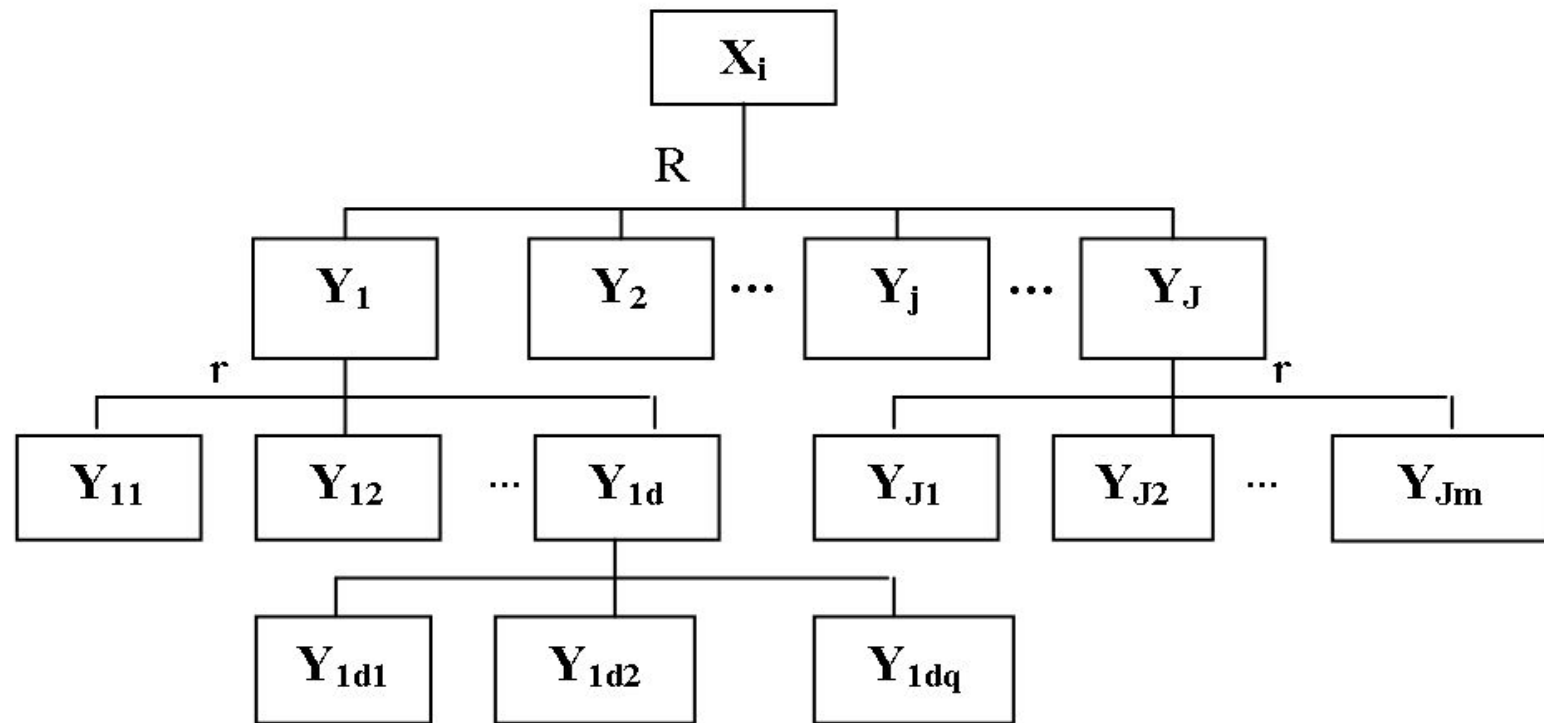


Модель оценки привлекательности туристской дестинации



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Концепция оценки привлекательности туристской дестинации:



Построение дерева привлекательности туристской дестинации



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Оценка привлекательности туристской дестинации

Показатель (Yj)	Весовой коэффициент (Rj)		Признаки (Yjr)	Весовой коэффициент (gr)		Уровни (Yjrq) (шкала оценки)				
	В %	В баллах		В %	В баллах	1	2	3	4	5
1. Наличие туристско-рекреационных ресурсов	30	300	Наличие пляжей и моря	33	100	0	20	50	80	100
			Наличие курортов и санаториев	26,7	80	0	10	30	70	80
			Наличие минеральных источников	17	50	0	10	20	40	50
			Наличие памятников истории и культуры	6,7	20	0	5	10	15	20
			Наличие архитектурных и археологических памятников	6,7	20	0	5	10	15	20
			Наличие мест известных исторических событий	3,3	10	0	2	4	7	10
			Проведение известных культурных мероприятий	3,3	10	0	2	4	7	10
			Проведение музыкальных и фольклорных фестивалей	3,3	10	0	2	4	7	10
						100	300			



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Оценка привлекательности туристской дестинации

Показатель (Yj)	Весовой коэффициент (Rj)		Признаки (Yjr)	Весовой коэффициент (r)		Уровни (Yjr) (шкала оценки)				
	В %	В баллах		В %	В баллах	1	2	3	4	5
2. Инфраструктура туристской дестинации	30	300	Наличие гостиниц определенной звездности, интересующих туриста	33	100	0	20	50	80	100
			Наличие ресторанов, кафе и т.п.	26,7	80	0	10	30	70	80
			Интерес туриста к национальной кухне	17	50	0	10	20	40	50
			Наличие общественного транспорта	6,7	20	0	5	10	15	20
			Загруженность дорог (пробки)	6,7	20	0	5	10	15	20
			Наличие пунктов проката снаряжения	3,3	10	0	2	4	7	10
			Наличие сопутствующих услуг	3,3	10	0	2	4	7	10
			Наличие привлекательных для туриста объектов развлечений	3,3	10	0	2	4	7	10
				100	300					



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Оценка привлекательности туристской дестинации

Показатель (Y_j)	Весовой коэффициент (R_j)		Признаки (Y_{jp})	Весовой коэффициент (g_p)		Уровни (Y_{jrp}) (шкала оценки)				
	В %	В баллах		В %	В баллах	1	2	3	4	5
3. Доступность туристской дестинации	20	200	Удаленность от места проживания туриста	25	50	0	10	20	40	50
			Стоимость турпакета в дестинацию	25	50	0	10	20	40	50
			Разнообразие видов транспорта для доставки туристов в дестинацию	15	30	0	5	15	25	30
			Наличие беспересадочных вариантов доставки	15	30	0	5	15	25	30
			Стоимость сопутствующих услуг	10	20	0	5	10	15	20
			Наличие достаточного количества информации по дестинации в интернете, печатных СМИ и других источниках	10	20	0	5	10	15	20
				100	200					



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Оценка привлекательности туристской дестинации

Показатель (Y_j)	Весовой коэффициент (R_j)		Признаки (Y_{jp})	Весовой коэффициент (r_p)		Уровни (Y_{jrp}) (шкала оценки)				
	В %	В баллах		В %	В баллах	1	2	3	4	5
4. Комфортность пребывания в дестинации	10	100	Степень доброжелательности местного населения к туристам	40	40	0	5	15	30	40
			Качество городских пляжей	20	20	0	5	10	15	20
			Чистота морской воды	15	15	0	3	5	10	15
			Уровень сервиса на пляже	15	15	0	3	5	10	15
			Громкая музыка	10	10	0	2	4	7	10
				100	100					



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Оценка привлекательности туристской дестинации

Показатель (Y_j)	Весовой коэффициент (R_j)		Признаки (Y_{jp})	Весовой коэффициент (r)		Уровни (Y_{jrp}) (шкала оценки)				
	В %	В баллах		В %	В баллах	1	2	3	4	5
5. Безопасность пребывания в дестинации	10	100	Уровень преступности в дестинации	40	40	0	5	15	30	40
			Возможность получения необходимой медицинской помощи	20	20	0	5	10	15	20
			Общая экологическая и эпидемиологическая обстановка в дестинации	15	15	0	3	5	10	15
			Сохранность багажа на транспорте и в гостинице	15	15	0	3	5	10	15
			Приграничная зона с «горячими точками» Кавказа	10	10	0	2	4	7	10
				100	100					
Всего	100	1000		1000						



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Модель оценки привлекательности туристской дестинации

Предлагаемая методика может быть использована как для сравнения схожих туристских дестинаций, так и для определения привлекательности конкретной дестинации и повышения ее конкурентоспособности.

Полученные данные будут весьма полезны для разных типов пользователей, которых можно объединить в две категории.



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Модель оценки привлекательности туристской дестинации

Первая категория – это предприятия туристической индустрии и непосредственно сами туристы

Ко второй категории можно отнести административных работников разного уровня (федерального, регионального, муниципального) и инвесторов.



Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Спасибо за внимание!

Морозов Михаил Анатольевич

д.э.н., профессор

mmorozov@bk.ru