

УДК338.48 (711.455)

АНАЛИЗ СЕЗОННОСТИ В ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

О. В. Отто, А. Г. Редькин

AN ANALYSIS OF SEASONALITY IN HEALTH TOURISM: THE REGIONAL ASPECT

O. V. Otto, A. G. Redkin

Приведены основные мега-тренды развития лечебно-оздоровительного туризма. Анализируются дефиниции лечебно-оздоровительных услуг. Рассмотрены особенности функционирования санаторно-курортного комплекса Алтайского края. Целью работы является изучение сезонности оказания санаторно-оздоровительных услуг. На основе статистического анализа объема реализации санаторно-оздоровительных услуг с учетом неформальной экономики выделены сезонные колебания в реализации санаторно-курортного туристского продукта лечебно-оздоровительного туризма. Наибольшая активность в реализации санаторно-оздоровительных услуг наблюдается летом, устойчивые сезонные пики максимального спроса отмечаются в июле. Высокий сезон продолжается и осенью. Более низкие объемы реализации санаторно-оздоровительных услуг наблюдаются в зимние месяцы. «Мертвый» сезон, характеризующийся наименьшими показателями в реализации санаторно-оздоровительных услуг, отмечается в апреле. Сезонность оказывает значительное влияние на рентабельность учреждений санаторно-курортного комплекса, а также других производств, ориентированных на обслуживание туристов. Для снижения сезонных колебаний корректируется ценовая политика, разрабатываются новые виды туристского продукта, не подверженных сезонным колебаниям, внедряются инновационные формы обслуживания.

The paper indicates the main megatrends of health tourism development. Definitions of health and spa services are analyzed, the features of the health and spa complex functioning in Altai Kray are considered. The aim is to study the seasonality of providing health and spa services. Seasonal fluctuations in the realization of sanatorium and spa tourism product are marked in terms of statistical analysis of the volume health and spa services sales, taking into account the informal economy. The peak of activity in the sales of health and spa services is observed in summer, stable seasonal peaks of maximum demand are recorded in July, high season continues in autumn, lower sales volumes are observed in the winter months, 'dead' (with the lowest rates in sales) is marked in April. Seasonality has a significant impact on the profitability of health and spa complex institutions, as well as other industries oriented at servicing tourists. To reduce the seasonality pricing policy is adjusted, new types of tourism products are developed, innovative forms of service are introduced.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, сезонность, санаторно-курортный комплекс, санаторно-оздоровительные услуги, статистический анализ.

Keywords: seasonality, resort complex, health and leisure services, statistical analysis.

Туризм, как самостоятельная социально-экономическая система, направлен на удовлетворение потребности населения земного шара в гуманитарных знаниях, развитие политических, экономических и культурных связей и представляет собой одну из самых распространенных современных форм отдыха, получения новой информации и практического опыта, развлечения и общения людей. Поэтому складывающееся в обществе осознание значимости здорового образа жизни не могло не повлиять на его развитие. По оценкам Всемирной туристской организации (ВТО), лечение и оздоровление относятся к числу важнейших туристских мотиваций, что способствовало возникновению специального вида туризма, получившего название «лечебно-оздоровительный» [1].

В своей работе, посвященной современным взглядам на лечебно-оздоровительный туризм, А. М. Ветитнев и А. А. Торгашева отмечают, что SRI International (2010) выделило три мега-тренда, которые привели к росту популярности медицинского и связанного со здоровьем туризма. Это глобальное старение населения, недостатки национальных систем традиционного здравоохранения и рост глобализации, способствующий доступности альтернативных вариантов

охраны здоровья и получению информации об этом. Авторы также отмечают, что в докладе SRI указываются данные о том, что в занятия оздоровлением вовлечено более 289 млн человек из 30 наиболее развитых стран мира [2].

Таким образом, рынок лечебно-оздоровительного туризма с характерными для него институтами, продуктом, производственным циклом в конце XX – начале XXI веков приобрел глобальный характер, распространив свое влияние и на Российскую Федерацию. Однако говорить об окончательном встраивании в него России пока преждевременно, что, наряду с другими причинами, вызвано ярко выраженной сезонностью функционирования туристского рынка на значительной части территории России, которая также является и важнейшей особенностью российского туристического бизнеса.

Под сезонностью понимается устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет. Применительно к туристской индустрии сезонность – это устойчиво (из года в год) повторяющаяся, характерная для данного

места цикличность туристической деятельности, связанная с изменением условий рекреации. С экономической точки зрения она представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами [10].

Сезонные колебания в туристской индустрии оказывают значительное влияние на экономические результаты деятельности туристских предприятий и прежде всего на рентабельность. Влияние сезонности распространяется и на смежные отрасли, ориентированные на обслуживание туристов. Особенно ярко это проявляется на предприятиях с высокой трудоемкостью и капиталоемкостью, а также в сфере услуг. Сезонный спад вызывает временное высвобождение рабочей силы [3], влияет на распределение издержек производства, что тесно связано с политикой цен на товары и услуги для туристов и т. п.

Изучение сезонности в туризме позволяет не только выявить степень влияния природно-климатических условий на формирование потока туристов, установить продолжительность туристического сезона, а также определить экономические последствия сезонности на разных уровнях – от региона до туристской организации, и разработать комплекс мероприятий по снижению сезонной неравномерности в обслуживании туристов.

В основу исследования были положены статистические данные об объеме санаторно-оздоровительных услуг, оказанных населению с учетом неформальной экономики на территории Алтайского края [5].

Среди множества дефиниций услуг в рассматриваемой области, наиболее близким к определению оздоровительной услуги и отвечающим задачам нашей работы, является определение А. В. Решетникова: «Медицинская услуга (оздоровительная услуга) – это профессиональные действия, направленные на сохранение или поддержание оптимального уровня здоровья конкретного индивидуума» [11]. Более широкое толкование термина дано в работах В. Ю. Моисеевой. Под санаторно-оздоровительными услугами автор понимает вид деятельности, являющийся общественным или частично общественным благом, и приносящим потребителям выгоду в виде увеличения их физического капитала (капитала здоровья) [4]. В практике статистической отчетности к ним относятся проживание, лечение и другое обслуживание в санаторно-курортных учреждениях (санаториях, профилакториях, пансионатах и т. п.), а также прочие санаторно-оздоровительные услуги, оказанные гражданам этими учреждениями [6].

По данным Управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов на начало 2015 г. в Алтайском крае функционировало 44 санаторно-курортных учреждения. Санатории Алтая в основном имеют широкий профиль. Обычно это климатобальнеогрязевые здравницы. Из методов лечения важное место отводится бальнеолечению. Минеральная вода используется для ванн и для питьевого лечения. В санаториях благотворное влияние на отдыхающих оказывает климатотерапия. По показаниям врачами назначаются

климатодозированные прогулки, которые являются хорошим вариантом оздоровления и улучшения самочувствия. По результатам исследований, проведенных специалистами ГУ «Томский НИИ курортологии и физиотерапии», Алтайский край относится к местностям 1 ранга — особо благоприятным для рекреации и климатолечения [8].

Наиболее известным курортом Алтайского края является город Белокуриха. В городе расположены и действуют 15 санаториев и 5 пансионатов, число мест в которых варьируется от 18 до 1593. Крупных здравниц, число мест в которых составляет от 400 до 1593 – три. Это ЗАО «Курорт Белокуриха», ОАО «Санаторий «Россия» и ОАО «Санаторий «Алтай-West». Общее число мест в период максимального развертывания составляет свыше 5 тысяч. В этой сфере занято свыше 57 % работающего населения города Белокурихи. Главным оздоровительным ресурсом санаторно-курортного комплекса города являются радоновые воды, которые относятся к минеральным водам сложного состава. Это азотные и кремнистые воды, минеральные воды комплексного анионного состава, натриевые и термальные воды. Особым природным лечебным фактором в Белокурихе является и микроклимат. Легкие аэроионы – главный лечебный компонент горного воздуха. В Белокурихе содержание легких аэроионов от 1014 до 2400/на см. куб., что вдвое превышает их содержание на всемирно известном швейцарском курорте Давос. В рамках мероприятий федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 гг.)» в городе реализуется проект формирования на территории города-курорта Белокуриха туристско-рекреационного кластера «Белокуриха», предусматривающего, в том числе, создание курортного субкластера «Белокуриха-2» [6].

Общий объем санаторно-оздоровительных услуг с учетом неформальной экономики за период с 2000 по 2012 г. увеличился с 715 до 1273 млн рублей (рис. 1). После резкого падения в начале анализируемого периода, когда объем оказанных услуг снизился на 80 %, произошло восстановление экономической активности к 2007 г., затем этот показатель рос в среднем на 10 % ежегодно. Среднемесячный объем реализации санаторно-оздоровительных услуг за рассматриваемый период в Алтайском крае вырос до 106 млн рублей (рис. 2).

Динамика среднемесячных объемов санаторно-оздоровительных услуг демонстрирует наличие ярко выраженной сезонности. Сезонные колебания могут быть измерены на основе методов абсолютных и относительных разностей, а также с помощью метода определения индексов сезонности. Первые два метода предполагают нахождение разностей фактических уровней ряда и уровней, найденных при выделении основной тенденции развития. Метод абсолютных разностей оперирует непосредственно размерами этих разностей, а метод относительных разностей – отношением абсолютных разностей к выравненному уровню ряда [10].

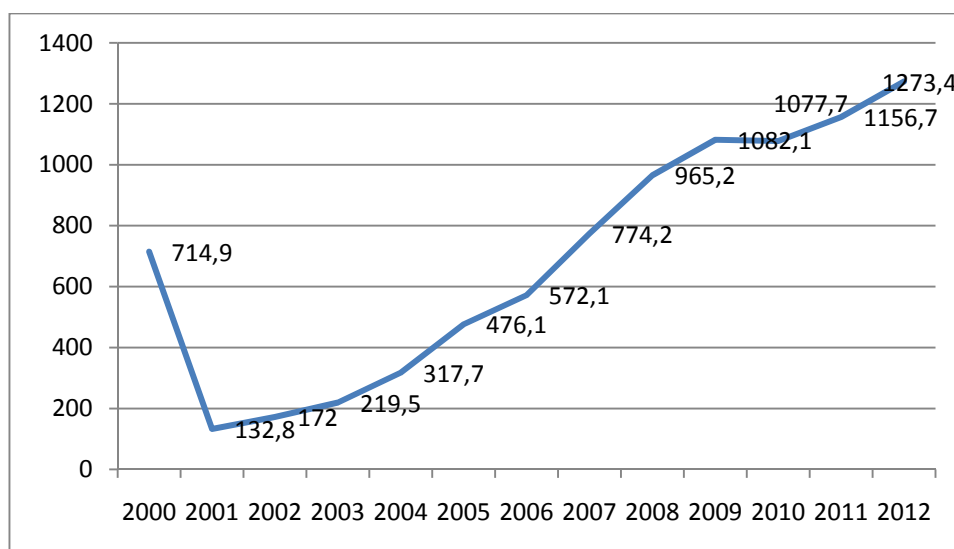


Рис. 1. Динамика объема санаторно-оздоровительных услуг населению с учетом неформальной экономики, миллионов рублей (построено по данным [5])

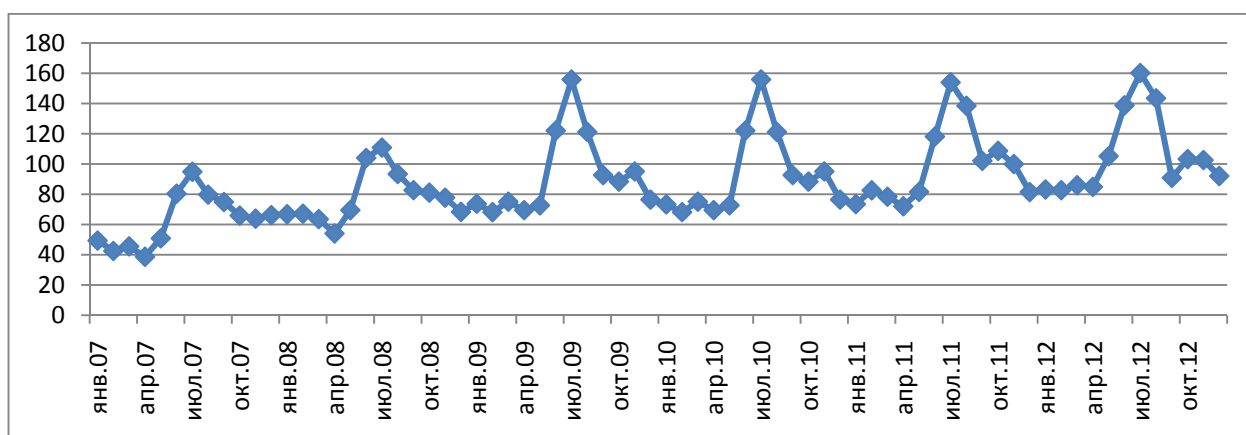


Рис. 2. Динамика среднемесячных объемов санаторно-оздоровительных услуг с учетом неформальной экономики, миллионов рублей (2007 – 2012 гг.)

Индексы сезонности рассчитываются как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к общему среднемесячному объему реализованных услуг за весь расчетный период по формуле:

$$I_s = \frac{y_i}{y} \cdot 100, \quad (1)$$

где: y_i – средняя для каждого месяца, y – среднемесячный уровень для всего ряда.

Для определения сезонных колебаний был использован последний метод. Результаты расчетов приведены в таблице и на рис. 3.

Принято различать четыре сезона туристской активности: сезон пик – период, наиболее благоприятный для организации рекреационной деятельности людей, характеризующийся максимальным количеством туристов и наиболее комфортными условиями для рекреации. В высоком сезоне наблюдается наибольшая деловая активность на туристском рынке, когда действуют наиболее высокие тарифы на туристский продукт и сопутствующие услуги. Выделяют также низкий сезон, характеризующийся снижением

деловой активности на туристском рынке, и «мертвый» сезон – период, максимально неблагоприятный для организации рекреационной деятельности. Проведенные расчеты (таблица) показывают, что в оказании санаторно-оздоровительных услуг на территории Алтайского края наблюдается ярко выраженная сезонность, связанная в первую очередь с влиянием природно-климатических факторов. Активность реализации услуг начинает возрастать летом, и устойчивые сезонные пики максимального спроса отмечаются в июле, самом теплом месяце года на территории Алтайского края. Индекс сезонности в летние месяцы превышает 120 %, достигая максимальных значений в июле (155 %). Высокий сезон продолжается осенью, в течение которой показатель снижается до 97 %. Более низкие объемы реализации санаторно-оздоровительных услуг характерны для зимних и весенних месяцев. «Мертвый» сезон, характеризующийся наименьшими показателями, отмечается в апреле, когда реализуется только 73 % объема услуг от среднемесячного уровня.

Индексы сезонности оказания санаторно-оздоровительных услуг

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Средние за период 2007 – 2012 гг.
Январь	56,7	76,6	84,5	84,1	84,3	95,4	80,3
Февраль	48,7	77,1	85,9	78,2	94,7	94,8	79,9
Март	52,3	72,9	81,5	86,1	89,9	98,6	80,2
Апрель	44,4	62,0	74,4	79,7	82,7	97,4	73,4
Май	58,4	79,7	87,7	83,4	93,6	120,6	87,2
Июнь	92,2	119,3	121,6	140,0	135,6	159,2	128,0
Июль	108,8	127,2	158,1	178,8	176,6	183,7	155,5
Август	91,5	107,1	130,2	139,0	158,8	164,6	131,9
Сентябрь	85,9	94,8	96,1	106,3	117,1	104,2	100,7
Октябрь	75,6	93,0	88,4	101,4	124,7	118,5	100,2
Ноябрь	73,3	89,2	76,7	109,1	114,7	117,7	96,8
Декабрь	75,9	78,4	77,6	87,7	93,5	105,6	86,5

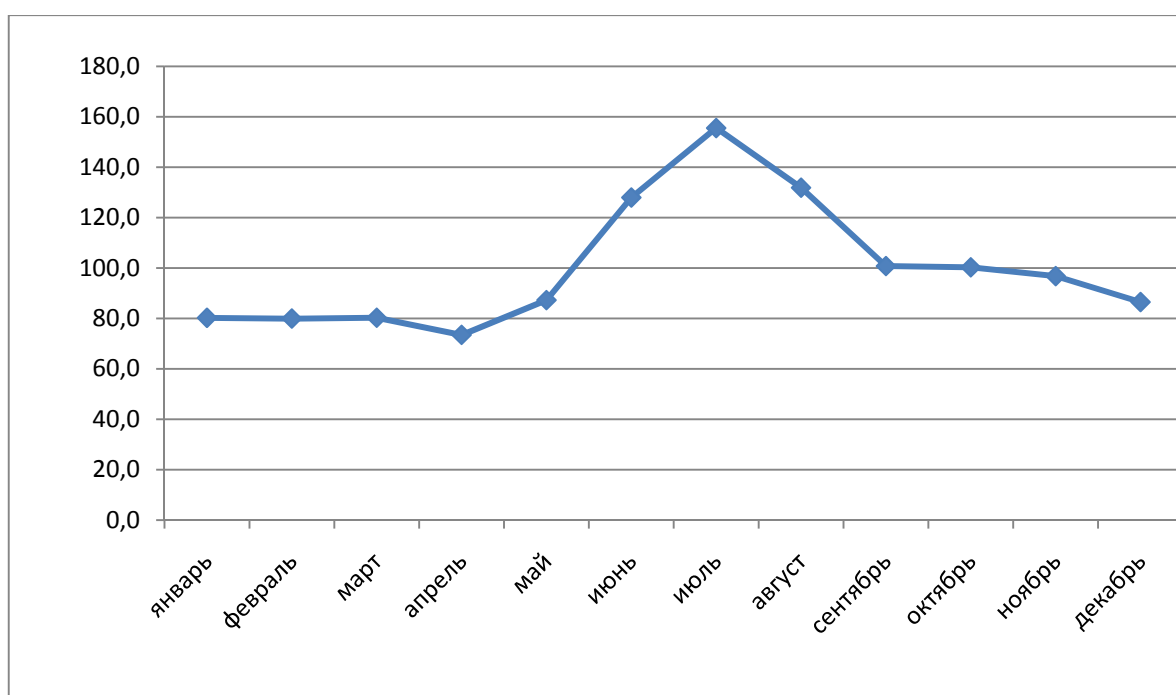


Рис. 3. «Сезонная волна» оказания санаторно-оздоровительных услуг

Так как сезонные колебания тесно связаны с климатическими факторами, то их проявление в санаторно-курортной деятельности неизбежно, но интенсивность подъёмов и спадов возможно снизить. На практике для этого используются разнообразные методы. В период низкого спроса проводятся рекламные туры, активно корректируется ценовая политика. Но основным направлением является разработка и продвижение новых видов турпродукта, не подверженных сезонным колебаниям. Это, прежде всего, развитие делового и событийного туризма, а также социального туризма для целевых групп.

С целью увеличения потока отдыхающих активно развиваются зимние виды туризма. Уже сейчас в Алтайском крае представлены разнообразные програм-

мы зимнего отдыха – горнолыжные спуски и лыжные туры, сафари на снегоходах и туры на санях, зимняя рыбалка и охота, проводятся событийные мероприятия. По оценкам Управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов в зимний сезон регион посещает более 300 тыс. человек. Среди зимних видов туризма особенно выделяется занятие горными лыжами. В настоящее время на территории края функционирует 12 горнолыжных комплексов.

В низкий период организуются различные мероприятия как международного, так и регионального масштаба. Здесь регулярно проводятся «Зимняя зерновая конференция», «Сибирский международный форум по оздоровительному и медицинскому туризму».

му», молодежные международные форумы, тренинги и семинары, корпоративные выезды крупных федеральных компаний.

В результате активность реализации услуг в зимние и весенние месяцы значительно выросла. Если в 2007 г. объем оказанных услуг в июле в 2,5 раза превышал аналогичный показатель апреля, то в 2012 г. это соотношение сократилось до 1,8.

Внедрение инновационных форм обслуживания также способствует сглаживанию сезонной неравно-

мерности. Все эти методы активно используются санаторно-курортными учреждениями Алтайского края.

Таким образом, в санаторно-курортном комплексе Алтайского края отмечается высокие сезонные колебания туристского спроса. Высокий уровень спроса, отмечаемый в летний период, обусловлен наиболее благоприятными природно-климатическими условиями и приуроченностью трудовых отпусков и школьных каникул к теплому сезону.

Литература

1. Александров В. В., Землюков С. В., Редькин А. Г., Тайлашева М. А. Социально-биологические аспекты оздоровительных технологий в туризме // Курортные ведомости. № 1(82). 2014. С. 2 – 3.
2. Ветитнев А. М., Торгашева А. А. Современные взгляды на лечебно-оздоровительный туризм // Курортные ведомости. № 1(82). 2014. С. 20 – 23.
3. Даудова А. А. Организационно-экономические основы повышения эффективности использования потенциала предприятий индустрии туризма: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Махачкала, 2009. 28 с.
4. Моисеева В. Ю. Развитие системы управления санаторно-оздоровительными услугами: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Самара, 2012. Режим доступа: <http://geum.ru/ec-aref/razvitie-sistemy-upravleniya-sanatorno-ozdovitelnyimi-uslugami.htm>
5. Официальная статистика. Социальная сфера. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. Режим доступа: http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/akstat/ru/statistics/sphere/
6. Приказ Росстата от 23.07.2009 № 147 «Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя «Объем платных услуг населению». Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12069100/>
7. Программа социально-экономического развития г. Белокуриха на 2013 – 2017 годы. Режим доступа: <http://www.altairregion22.ru/territory/regions/belokurikha>
8. Санатории Алтайского края. Режим доступа: http://alttur22.ru/turizm1/reestr_organizacij/sanatornokuortnye_uchrezhdeniya
9. Цехла С. Ю., Окуловский А. С. Признаки сезонности в туризме // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы десятой научно-практической конференции студентов, аспирантов и докторантов. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. С. 122 – 128.
10. Шмарков М. С., Шмаркова Л. И. Анализ сезонных колебаний характеристик деятельности туристских фирм и прогнозирование их развития // Вестник Белорусско-Российского университета. 2012. № 4(37). С. 144 – 151.
11. Экономика здравоохранения: учебн. пособие / под общ. ред. чл.- корр. РАМН, проф. А. В. Решетникова. 2-е изд., испр. и доп. М.: ГЕОТАР-МЕД, 2004. 272 с.

Информация об авторах:

Отто Ольга Витальевна – кандидат географических наук, доцент кафедры природопользования и геоэкологии Алтайского государственного университета, г. Барнаул, Российская Федерация, otto.olga@mail.ru.

Olga V. Otto – Candidate of Geography, Assistant Professor at the Department of Natural Management and Environmental Geoscience, Altai State University.

Редькин Александр Германович – кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, redkin@asu.ru.

Alexander G. Redkin – Candidate of Geography, Associate Professor, Head of the Department of Recreational Geography, Tourism and Regional Marketing, Altai State University.

Статья поступила в редколлегию 04.06.2015 г.