



Г.А. КАРПОВА, Л.В. ХОРЕВА

Галина Алексеевна КАРПОВА — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и управления социальной сферой СПбГУЭФ. Первый вице-президент Национальной академии туризма.

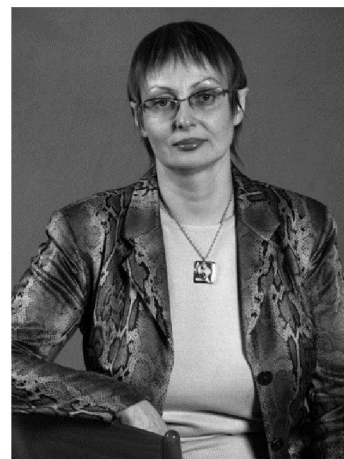
Автор более 180 работ, опубликованных в российских и зарубежных научных изданиях, в их числе монографии «Туризм как объект управления».

Сфера научных интересов — экономика и управление в сфере услуг, экономика и управление туристской деятельностью, рекреационная сфера.

Любовь Викторовна ХОРЕВА — доктор экономических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой экономики и управления социальной сферой. Действительный член Национальной академии туризма.

Автор более 110 научных работ.

Сфера научных интересов — экономики и управление в сфере услуг, международная торговля услугами, экономика туризма, культуры и образования.



КЛАССИФИКАЦИЯ В ТУРИЗМЕ: ПРАКТИКА И МЕТОДОЛОГИЯ

Туризм сегодня является одной из наиболее динамично развивающихся сфер социально-экономической деятельности. В 2010 г. сумма доходов от международного туризма во всем мире, согласно оценкам Всемирной туристской организации (UNWTO), достигла 919 млрд долл. США (или 693 млрд евро), что превышает показатель 2009 г. (851 млрд долл., или 610 млрд евро). В реальном выражении сумма доходов от международного туризма в 2010 г. (скорректированная экспертами UNWTO с учетом колебаний курса валют и инфляции) возросла на 5 % по сравнению с предыдущим годом. Число прибытий в 2010 г. достигло 940 млн человек, что на 7 % больше, чем в 2009 г. (882 млн прибытий соответственно) [17]. Согласно недавно опубликованному UNWTO долгосрочному прогнозу «Туризм: перспектива 2030» ожидается, что число международных туристских прибытий к 2030 г. достигнет 1,8 млрд. По оценкам этой организации, в период 2010–2030 гг. рост международного туризма будет продолжаться, хотя и более умеренными темпами по сравнению с прошлыми десятилетиями, прогнозируется увеличение числа международных туристских прибытий в мире в среднем на 3,3 % в год. В результате этого рынок туризма будет пополняться каждый год в среднем на 43 млн международных туристов. При сохранении прогнозируемых темпов роста число прибытий перешаг-

нет отметку в 1 млрд человек уже в 2012 г., а к 2030 г. более 5 млн человек каждый день будут пересекать международные границы в целях досуга, бизнеса или в других туристских целях [12].

В то же время туризм как предмет исследования является сложным и еще не до конца изученным феноменом, несмотря на то, что в практике экономической деятельности он занимает сегодня все более видное место и имеет тенденцию к поступательному устойчивому росту. Одной из важнейших задач осмысления данного феномена является построение адекватной и развернутой системы классификации, которая могла бы быть использована как теоретиками, так и практиками туристского бизнеса. В настоящее время существует множество подходов к классификации в сфере туризма: это и международные классификации субъектов туристской деятельности, средств размещения, видов туристского потребления, потребителей туристских услуг, и классификации туристских ресурсов, туристских дестинаций, услуг, которые предоставляются туристам, и многие другие классификации. В применяемых в сфере туризма классификациях задействованы различные основания, принципы и критерии. Они используются как на международном, так и на национальных уровнях, что в результате приводит к значительному разнообразию подходов и систем типологизации объектов, субъектов, ресурсов, видов деятельности в сфере туризма.

При многообразии классификаций, используемых сегодня в системах управления туристской деятельностью, следует указать на то, что это одна из малоисследованных проблем, требующих дальнейшей методологической проработки. Существующее «классификационное разнообразие» актуализирует необходимость поиска и закрепления принципов, которые могут быть положены в основу классификации социально-экономических процессов (в самом широком смысле), происходящих в сфере туризма. Поиск методологических основ классификации в туризме должен базироваться на осознании туризма, прежде всего, как целостного общественно-экономического явления и процесса, который можно рассматривать через призму его отдельных составляющих, а также как широкой сферы экономической, хозяйственной и потребительской деятельности, что и позволит выделить базовые классификационные основания.

В общем случае методологический анализ сферы туризма представляет собой систему общетеоретических подходов и принципов, положенных в основу исследования сущности, закономерностей функционирования и развития, а также места туризма в общественном производстве, социальной структуре, культурной и потребительской практиках современного человека. То есть поиск методологических оснований классификации в туризме должен строиться с учетом уже существующих теоретических подходов к его организации, а также возрастания значения туризма в современной экономике, базовыми трендами которой являются глобализация, сетевизация, информатизация.

Построение адекватной классификации в сфере туризма относится к одной из актуальных, но методологически малоисследованных проблем. В теории и практике управления наиболее часто встречаются и используются классификационные признаки, базирующиеся на выделении целей туристских прибытий, направлений туристских прибытий, особенностей дестинаций, на дифференциации средств размещения, описании разнообразия туристских услуг, продолжительности пребывания туристов в том или ином регионе, видах туризма в зависимости от особенностей деятельности туриста и др. По характеру решаемых задач они могут быть частными и универсальными, национальными и международными, глобальными и локальными, нормативно закрепленными и исследовательскими, обладающими большей свободой при описании туризма и всех процессов, с ним связанных. Такое разнообразие подходов ставит вопрос о том, какие же методологические принципы могут быть положены в основу типологизации и классификации, максимально учитывающей особенности туристской индустрии. Здесь следует указать на то, что ключевым принципом классификации любых социально-экономических явлений выступает, прежде всего, содержание самого общественного процесса, позволяющее систематизировать его в зависимости от тех или иных особенностей. При этом основными составляющими подобной классификации могут и должны стать как экономические, так и социально-культурные аспекты производства и потребления туристских услуг. На основе этих составляющих осуществляются классификация и дальнейшая научно-исследовательская деятельность как база для формирования методов и механизмов оценки туристских потоков и с точки зрения статистического анализа, и в рамках изучения направлений и приоритетов выбора туристских дестинаций, туристского потребления в контексте оценки его объема, динамики, страновых особенностей предпочтений туристов в различных регионах мира, разнообразия и качества туристских услуг. Поэтому методология ис-

следования возможности построения целостной классификации в сфере туризма (а не просто туризма как хозяйственной деятельности) должна быть, во-первых, междисциплинарной, во-вторых, комплексной, и в-третьих, систематизированной.

В целом любая интегративная область знания, вбирающая в себя результат исследований широкого спектра дисциплинарных областей, ее специфический анализ реализуются посредством комплекса познавательных методов и установок, группирующихся вокруг некоего смыслового центра, что позволяет переосмысливать многие представления и понятия, существующие в рамках каждой из структурных единиц изучаемой области. В процессе исследования конкретные методы, как правило, используются выборочно, с учетом их способности решать поставленные задачи [11]. Все это дает основания говорить об определенной трансформации типичных методов, об их особой интеграции в рамках исследования конкретного проблемного поля, в нашем случае — сферы туризма в разрезе классификации его отдельных элементов.

Таким образом, важной теоретической и практической проблемой анализа туризма как раз является вопрос о структурировании и классификации. Разработка критериев классификации нацеливается на определение и отбор важнейших типологических признаков туризма и туристской деятельности, которые могут стать основой их выделения по группам. Задача выработки единых критериев и схем классификации услуг и деятельности в сфере туризма хотя и решается на различных уровнях, но единства как среди исследователей, так и среди практиков пока нет. Чаще всего классификация осуществляется на основе национальных традиций, требований статистического анализа, межстрановых сравнений.

Важно, чтобы эти признаки отображали существенные свойства туризма, позволяя формировать типологические группы. Например, такой критерий, как «степень массовости», дает возможность подразделять все услуги туризма на два типа: массовые и немассовые (индивидуальные). Дальнейшая детализация услуг по этому критерию позволяет в группе «немассовые туристские услуги» выделить элитные, клубные, эксклюзивные, единичные услуги. Другой критерий — «вид туристской деятельности» — позволяет выделить такие виды туризма, как познавательный; культурный; развлекательный; рекреационный; деловой; этнический; религиозный; спортивный; образовательный; экзотический; экологический и др. При этом обратим внимание на то, что, во-первых, этот критерий хотя и выглядит достаточно определенно (как «вид деятельности»), но, по сути, объединяет весьма разнообразные по содержанию и числу участников туристские практики; во-вторых, каждый из выделенных видов туризма по этому критерию может быть классифицирован отдельно и более развернуто, тем самым формируя «дерево классификаций».

Выработка классификационных критериев приобретает немаловажное значение, ибо в разных странах ныне действует множество подчас трудно сопоставимых подходов к созданию классификационных схем, что крайне затрудняет анализ туристской деятельности и туризма как отдельной сферы хозяйства. Наиболее многочисленными могут быть критерии классификации в научном анализе [9]. Ведь исследователи нередко вырабатывают критерии классификации под решение сугубо теоретических проблем в рамках достаточно узкого направления изысканий. В результате возникает множество разнонаправленных авторских подходов, требующих дополнительной систематизации [2]. Зачастую авторское видение проблемы не всегда учитывает практические требования, что могло бы облегчить группировку различных субъектов, объектов, деятельности, услуг в туристской сфере. Практика межотраслевых связей в туризме, а также государственные и межгосударственные отношения требуют использования общепринятых классификационных подходов и схем, которыми можно было бы сравнительно легко оперировать в процессе хозяйственных связей. Здесь на первое место выходят нормативные документы, разработанные и принятые UNWTO [8; 16]. В этом контексте в качестве ориентиров при разработке классификационных признаков могут быть использованы рекомендации Всемирной туристской организации по разработке сателлитных счетов туризма, данные Евростатом в 1997 г. Среди счетов выделяются: счет производства в туризме; спрос на туристский продукт; производство добавленной стоимости в туризме; занятость в туризме; характеристика посетителей; инвестиции в туризме; основной капитал в туризме и др. [13].

С нашей точки зрения, особенно важно произвести разделение услуг туризма и деятельности в рамках данной сферы по содержательным и функциональным критериям, т. е. по наиболее значимым признакам туризма, связанным с характером труда и потребления, с областью применения услуг и их

видами, с целями и мотивацией туристов и т. п. Это не совсем простая задача, так как в современном мире постоянно возникают новые виды туризма (экстремальный, археологический, экологический, «мрачный», связанный с посещением мест трагических событий, промышленный, сентиментальный, винный и в целом гастрономический, и многие другие виды), которые приобретают все более сложный по своей природе и функциональному назначению характер.

Научный поиск в части построения развернутых классификаций и проведения типологизации в туризме должен проходить по следующим направлениям: виды туризма; услуги индустрии гостеприимства в широком смысле с учетом сезонности; виды туристской деятельности; субъекты деятельности в сфере туризма; объекты и объем туристского потребления; дестинации; кадры туризма; средства размещения и передвижения; туристские ресурсы; риски туриста и производителя туристских услуг, и др. Все эти направления связаны между собой по различным содержательно-функциональным признакам, тем самым создаются условия для отнесения одной и той же туристской услуги в разные группы по разным критериям классификации.

Прежде всего, отметим, что дать полную классификацию современного туризма весьма сложно, поэтому в рамках данной статьи мы остановимся только на таких базовых позициях, как «виды туризма» и «услуги индустрии гостеприимства». Говоря о видах туризма, проведем анализ в плане направлений поездки; потребностей, решаемых в ходе поездки; способов передвижения; средств размещения; уровня массовости и рассмотрим следующие критерии [14].

Виды туризма связаны с пересечением туристом государственных границ страны проживания и стран посещения, т. е. в основе такого деления туризма на различные виды лежит национальная принадлежность, что позволяет выделить: международный, национальный, туризм в пределах страны и внутренний туризм.

В зависимости от основной потребности, обуславливающей туристское путешествие, различают такие виды туризма, как: лечебный (медицинский); рекреационный (в том числе зрелищно-развлекательный); занятия по интересам (охота и рыбная ловля, художественное и музыкальное творчество, туры для коллекционеров и т. д.); этнический; бытовой; исторический; туристско-оздоровительный; спортивный; познавательный; деловой; конгрессный; культовый (религиозный); событийный; ностальгический; транзитный; самостоятельный и многие другие. Отметим, что на практике очень часто имеют место комбинированные туры, сочетающие в одном путешествии несколько видов туризма, обусловленных различными потребностями туристов, например часто сочетаются рекреационный и познавательный, спортивный и рекреационный виды и т. д.

В зависимости от способа передвижения виды туризма подразделяются на: автомобильный; железнодорожный; авиационный; теплоходный (водный); велосипедный; пеший.

В зависимости от средств размещения туристов можно назвать такие виды, как: размещение в отеле; мотеле; пансионе; кемпинге; в туристической деревне, на турбазе и т. д.

По составу группы (массовости) различают: массовый туризм (путешествие в составе группы); индивидуальный (данный вид туризма чаще всего реализуется в рамках делового, научного и оздоровительного туризма); семейный; молодежный (студенческий); детский (школьный); клубный и др.

Еще один важный аспект анализа с точки зрения формирования классификационных критериев — деление «услуги индустрии гостеприимства» в зависимости от их особенностей. В самом общем виде под туристской услугой понимается совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка [1, с. 173]. Как любая услуга она является специфическим товаром и обладает рядом свойств, отличающих ее от овеществленных товаров: неосвязаемостью, неотделимостью от источника и объекта услуги, непостоянством качества, несохраняемостью и рядом других. Особенностью потребления туристских услуг является то, что не товар (туристский продукт) доставляется потребителю, а потребитель-турист прибывает к месту производства и потребления с целью получения культурно-познавательных, рекреационных, развлекательных и иных услуг, связанных с получением дополнительных новых впечатлений, которые остаются с ним по завершении путешествия.

Говоря о критериях классификации туристской услуги, целесообразно выделить следующие основания. Услуги могут быть полностью потребляемыми (еда и напитки) или частично потребляемыми

(услуги размещения в отеле); основными (выбор места отдыха, вида транспорта, гостиницы, организация питания, культурной программы и т. п.) и вспомогательными (визовая поддержка, сопровождение туристов, оформление проездных документов, страхование туристов и т. п.); целевыми туристскими услугами (характерными для конкретной дестинации) и инфраструктурными (обеспечивающими пребывание туриста в дестинации); базовыми (приобретаются в пакете, гарантирующем их обязательное потребление в месте отдыха), дополнительными (их можно получить за дополнительную плату в туристском центре), сопутствующими (в основном такие услуги предназначены для местных жителей, но могут потребляться и туристами, однако предоставление таких услуг несущественно сократится без их реализации туристам). Туристские услуги могут различаться и по таким критериям, как сезонность, массовость, организованность, ценовая политика, потребительские сегменты, качество, включенность потребителя в процесс производства услуги и другие параметры.

Типичные туристские услуги включаются в одобренный Статистической комиссией ООН перечень, который насчитывает около 100 позиций, объединенных в семь групп. Данный перечень основан на международной классификации основных продуктов (Central Product Classification — CPC). В рамках этой классификации выделяется, например, группа «Услуги временного размещения, оказываемые гостиницами и прочими местами временного проживания» — типичный туристский продукт, включающий следующие услуги: временного проживания, оказываемые гостиницами и мотелями; оздоровительных центров и домов отдыха; услуги по сдаче в аренду меблированных мест проживания и т. д. [15].

Следует отметить, что связь между классификацией видов туристской продукции и классификацией видов туристской деятельности не обязательно приводит к прямому соответствию между элементами обеих классификаций. Фактическое происхождение конкретного туристского продукта (услуги) не является критерием для его агрегирования в рамках одной и той же позиции в CPC. Включение продукта в классификацию определяется исходя из его сущности, а не отраслевого происхождения. Несколько продуктов (услуг) сходного характера могут быть результатом деятельности разных отраслей, но классифицироваться они будут в рамках одной и той же категории CPC [10].

В настоящее время в России действует ряд ГОСТов, в рамках которых регулируются различные аспекты предоставления туристских услуг потребителям [3–7]. В этом ряду выделим ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования», в котором, в частности, есть раздел «Классификация туристских услуг», включающий перечисление услуг, оказываемых потребителям организациями или индивидуальными предпринимателями. Среди них — услуги туроператора по организации внутреннего туризма; услуги туроператора по организации выездного туризма; услуги туроператора по организации въездного туризма; услуги турагента; отдельные услуги туроператора и турагента; услуги при самостоятельном туризме; экскурсионные услуги [5]. Предложенная в данном документе классификация услуг использует различные критериальные основания и требует дальнейшего совершенствования и систематизации.

Отметим, что вопрос формирования методологии классификации в сфере туризма не может быть рассмотрен во всех аспектах в рамках одной статьи. Поэтому мы попытаемся выделить наиболее значимые, с нашей точки зрения, классификационные признаки, которые уже используются в туристской практике, а также те, которые могут быть рекомендованы как предмет анализа в дальнейших исследованиях. В качестве примера мы рассмотрели только два направления классификации — виды туризма и туристские услуги, показывающие многообразие возможностей в развитии изысканий в этой сфере.

Как следует из краткого рассмотрения некоторых направлений классификации в сфере туризма, выработка критериев и разделение туристской деятельности на группообразующие единицы требуют немалых усилий со стороны специалистов. Эта работа пока не завершилась созданием общепринятых классификационных схем анализа, хотя активность в рамках данного предметного поля продолжается. Отметим в то же время, что рассчитывать на создание единой классификации, которая будет принята всеми заинтересованными участниками туристского рынка и субъектами, включенными в процессы управления и регулирования этой сферы в ближайшей и даже отдаленной перспективе, не приходится. Однако поиск может и должен проходить в направлении построения таких типологических структур, которые станут пригодными для решения практических задач и будут использоваться в сфере туризма в зависимости от целевой установки, заложенной при построении классификации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм. СПб.: Издательский дом «Герда», 2006.
2. *Бойко А.Е.* Системный подход к пониманию туризма как вида экономической деятельности // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2010. № 3. С. 81–84.
3. ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.
4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.
5. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования.
6. ГОСТ Р 53997-2010. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.
7. ГОСТ Р 53998-2010. Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.
8. Концепции, определения и классификация для статистики туризма. Техническое пособие № 1: рекомендации по статистике туризма ВТО / Всемирная туристская организация. Мадрид, 1995.
9. *Новоселов М.М.* Методы научного исследования: междисциплинарный подход // Информационный бюллетень РФФИ. 1998. Т. 6. № 6. С. 91–93.
10. *Овчаров А.О.* Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. URL: http://fictionbook.ru/author/anton_olegovich_ovcharov
11. *Осокина И.В.* Методология и история изучения сервиса. URL: <http://servicology.ru/developconcept/67.html3>
12. Портал World Tourism Organization UNWTO. URL: <http://unwto.org/>
13. *Сорокина О.Н.* Зарубежный опыт оценки мультипликативного эффекта развития туризма // Сервис в России и за рубежом. 2010. № 3. С. 127–132.
14. Экономика и управление туристской деятельностью / под общ. ред. Г.А. Карповой, Л.В. Хоревой. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.
15. Central Product Classification — CPC, Version 1. Version submitted to the United Nations Statistical Commission. 2002. 5-8 March. URL: <http://unstats.un.org/unsd/statcom/doc02/cpc.pdf>
16. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations Publication. Madrid; New York, 2008.
17. UNWTO World Tourism Barometer. 2011. Vol. 09. URL: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_pisa_2011_2.pdf